

**PENGARUH PROGRAM *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)**



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Kurnia Sandy

NPM. 1451020223

Jurusan : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1440 H / 2019 M**

**PENGARUH PROGRAM *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – tugas Dan Memenuhi Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

Kurnia Sandy

NPM : 1451020223

Program Studi : Perbankan Syari'ah

Pembimbing I : Dr. Asriani, S.H., M.H

Pembimbing II : M. Kurniawan, M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

LAMPUNG

1440 H / 2019 M

ABSTRAK

Islamic Social Resporting (ISR) adalah sekumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada. Pelaksanaa ISR dalam merupakan tujuan dari syariat Islam (*Muqassid al syari'ah*) atau masalah karena bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan hanya sekedar mencari keuntungan. Hal ini sesuai dengan prinsip ISR yaitu “*triple buttom line*” yang terdiri dari keuntungan (*Profit*), menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*), serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*People*). BTM Bina Masyarakat Utama merupakan sebuah koperasi yang cukup besar dan diminati masyarakat di daerah Bandar Lampung dan terdapat banyak kantor-kantor cabang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah Bagaimana Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat dan Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat dan Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat.

Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian lapangan (*field research*), data primer diperoleh dari kusioner dan wawancara, sedangkan data sekunder dari dokumentasi. Populasi penelitian ini yaitu berjumlah 88 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, dan data diolah dengan menggunakan *software* SPSS 17. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hasil kuisisioner yang di sebar kepada responden.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Program ISR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan, Hal ini ditunjukkan dengan perolehan hasil uji t yaitu sebesar nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $20,577 > 0,197983$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji koefesien determinasi (R^2) diperoleh hasil, sebesar 0,830 dengan demikian sumbangan pengaruh variabel (X) Program ISR terhadap variabel (Y) Citra Perusahaan sebesar 83% dan sisanya 17% dipengaruhi oleh indikator atau variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini. Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam pelaksanaan ISR sesuai dengan prinsipnya yaitu keseimbangan dan tanggung jawab dalam bisnis.

Kata kunci: *Islamic Social Resporting* (ISR), Citra Perusahaan, BTM Bina Masyarakat Cabang Bandar Lampung



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Program Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)

Nama : Kurnia Sandy

NPM : 1451020223

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

DISETUJUI

**Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Dr. Asriani, S.H., MH
NIP. 19660506 199203 2 001

Pembimbing II

M. Kurniawan, M.E.Sy
NIP. 19860517 201503 1 005

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy
NIP. 19820808 201101 2 009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)**, disusun oleh **Kurnia Sandy, NPM.1451020223**, Program Studi Perbankan Syari'ah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : **Senin, 27 Mei 2019.**

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : **Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I**

Sekretaris : **Ulul Azmi Mustofa, M.S.I**

Penguji I : **M. Iqbal, M.E.I**

Penguji II : **M. Kurniawan, S.E., M.E.Sy**

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I
NIP. 19800801 200312 1 001

MOTTO

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا

تُحِبُّ الْفُسَادَ

Artinya: “Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk Mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan”. (QS. Al-Baqoroh : 205)¹

¹ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung, Diponegoro, 2010. h. 15

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kelancaran untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Sebuah karya kecil yang kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Andi Yustika dan Ibu Senia Kartini, terimakasih atas cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, motivasi serta do'a kalian yang selalu membangkitkan dan menguatkan disetiap waktuku menuntut ilmu.
2. Ketiga adik ku Bella Anggraini, Trie Anggraini dan Ashanti Putri Anggraini yang tiada hentinya memberikan dukungan baik materi maupun spiritual, memberikan contoh sikap teladan dan disiplin juga mengajarkan penulis akan arti hidup untuk mencapai kesuksesan yang dituju dan berkat inspirasi yang kalian berikan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak/ibu dosen yang selama ini telah menuntunku ke jalan yang lurus, memberikan ilmunya kepadaku dengan rasa tulus. Engkaulah sang pejuang sejati.
4. Teman-teman seperjuanganku di kelas Perbankan Syariah E dan seluruh teman-teman seperjuanganku di Perbankan Syariah angkatan 2014.
5. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Kurnia Sandy, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 12 Oktober 1996. Penulis merupakan anak Pertama dari Empat bersaudara yang merupakan putra dari pasangan Bapak Yus dan Ibu Nia. Pria yang akrab dipanggil Sandy ini berasal dari Bandar Lampung, ia menempuh pendidikan di

1. Taman Kanak-kanak ditempuh di TK Al-Azhar, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2002
2. Pendidikan Sekolah Dasar ditempuh di SD Al-Azhar 1, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2008
3. Melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 21 Bandar Lampung, Kecamatan Korpri Raya, Kota Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2011.
4. Pada tahun 2011 melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 5 Bandar Lampung, Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2014.
5. Kemudian pada tahun 2014 meneruskan pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Prodi Perbankan Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT, karena Dialah yang meletakkan segala sesuatu sesuai dengan proporsi dan fungsinya. Shalawat salam selalu tercurah limpahkan kepada pemimpin umat, Nabiyullah Muhammad SAW. Alhamdulillah, masa kuliah Strata satu dengan jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah dilalui dengan baik dan kini telah tiba pada tahap penyelesaian tugas akhir guna sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menuntut ilmu guna mendapat Ridho dan Karunia-Nya.
2. Kedua orang tua Bpk Andi Yustika dan Ibu Senia Kartini, yang selalu memberi semangat dan motivasi selama penulis menempuh studi di bangku kuliah.
3. Bapak Dr.Moh.Bahrudin, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
4. Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

yang membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Perbankan Syariah dengan baik dan lancar.

5. Ibu Dr. Asriani, S.H., M.H dan Bapak M. Kurniawan, M.E.Sy selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan kritik, saran dan arahan hingga dapat terselesaikanya skripsi ini dengan baik.
6. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuanya kepada kami, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.

Semoga segala amal perbuatan baik kita dibalas oleh Allah SWT, dan apa yang ditulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang terkait. Selanjutnya penulis mengucapkan mohon maaf atas segala khilaf baik perkataan maupun perbuatan baik yang disengaja maupun tidak dan kepada Allah SWT kami mohon ampunan. Demikian pengantar dari kami, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan dan kemajuan bersama. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, April 2019
Penulis

Kurnia Sandy
NPM 1451020223

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	15
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	15
2. Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia	16
3. Komponen CSR.....	19
4. Jenis-jenis Program CSR	21
5. Tujuan dan Manfaat CSR.....	23
6. CSR dalam Perspektif Ekonomi Islam	26

B. <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i>	36
1. Pengertian ISR.....	36
2. Tujuan, Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi ISR	37
3. Standarisasi Pelaksanaan ISR di Indonesia.....	39
4. Indikator ISR.....	41
C. Citra Perusahaan.....	51
1. Pengertian Citra Perusahaan	51
2. Jenis-jenis Citra Perusahaan.....	53
3. Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	54
4. Indikator Citra Perusahaan.....	56
5. Citra Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	56
D. Public Relation.....	59
1. Pengertian Public Relation.....	59
2. Tugas dan Tujuan Public Relation	60
3. Public Relation Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	64
E. Koperasi.....	71
1. Tinjauan Umum Tentang Koperasi	71
2. Tinjauan Umum Tentang Koperasi Syariah	75
F. Penelitian Terdahulu.....	83
G. Kerangka Pemikiran	87
H. Hipotesis	88

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	90
1. Jenis Penelitian	90
2. Sifat Penelitian	91
B. Sumber Data.....	91
1. Data Primer	91
2. Data Sekunder	91
C. Populasi dan Sampel	92
1. Populasi.....	92

2. Sampel	92
D. Metode Pengumpulan Data.....	94
E. Definisi Operasional Variabel.....	95
F. Metode Analisis Data	97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	102
1. Sejarah Singkat.....	102
2. Visi dan Misi	103
3. Tujuan dan Analisis Pembiayaan	104
4. Lokasi	105
5. Struktur Organisasi	105
B. Hasil Penelitian	107
1. Karakteristik Responden.....	107
2. Hasil Analisis Data	108
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	112
4. Hasil Uji Hipotesis	112
C. Pembahasan	117
1. Pengaruh Program <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat	115
2. Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat	124

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	131
B. Saran	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Kegiatan Corporate Social Responsibility</i>	20
Tabel 2.2 Tujuan, Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR ...	38
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	84
Tabel 3.1 Skala Likert	95
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	96
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas ISR dan Citra Perusahaan.....	109
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	111

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran 87

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil SPSS
2. Hasil Kuisisioner
3. Kartu Konsultasi Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini dan mencegah adanya kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul maka diperlukan adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang digunakan serta terkait dengan tujuan skripsi ini. Disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Adapun judul skripsi ini adalah “*Pengaruh Program Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Citra Perusahaan “(Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)”*”.

Adapun uraian dari pengertian istilah-istilah dalam judul tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh dalam istilah penelitian disebut dengan akibat asosiatif yaitu suatu penelitian yang mencari atau pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel yang lain.¹
2. *Corporate Social Responsibility* adalah sekumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada.²

¹ Sugiono, *Penelitian Administratif* (Bandung: Alfa Beta, 2001), h.7.

² Khoiruddin, *Etika Bisnis dalam Islam* (Lampung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Uin Raden Intan Lampung, 2015), h. 117.

3. ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah.
4. Citra Perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan.³
5. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi secara Islami.⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat diperjelas bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini suatu penelitian untuk membahas secara mendalam mengenai pengaruh program *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap citra perusahaan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung.

³Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2003), h.22.

⁴Pusat Pengkajian dan Pengembangan EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h.17.

B. Alasan Memilih Judul

Ada beberapa alasan yang menjadi motivasi penulis untuk memilih judul ini sebagai bahan untuk penelitian, di antaranya sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

- a. Menurut penulis, masalah ini sangat penting dan menarik untuk diteliti mengingat BTM Bina Masyarakat Utama merupakan sebuah koperasi yang cukup besar dan diminati masyarakat di daerah Bandar Lampung dan terdapat banyak kantor-kantor cabang. BTM Bina Masyarakat Utama juga terbuka dalam penyampaian informasi internal terkait data dalam kaitanya dengan penelitian. Penulis ingin mengetahui pengaruh program ISR perusahaan tersebut dalam membangun citra positif perusahaan.
- b. Dengan hasil penelitian ini penulis dapat memberikan referensi kepada perusahaan-perusahaan untuk menjadi gambaran apabila menemukan hambatan-hambatan komunikasi yang berkaitan dengan pengaruh program ISR dalam membangun citra positif perusahaan.

2. Alasan Subjektif

- a. Penelitian ini dirasa mampu untuk diselesaikan oleh penulis, mengingat adanya ketersediaan bahan literatur yang cukup memadai serta data dan informasi lainya yang berkaitan dengan penelitian baik data sekunder dan data primer memiliki kemudahan akses serta akses letak objek penelitian mudah dijangkau oleh penulis.

- b. Penulis memiliki kemudahan akses dari letak objek penelitian yang mudah dijangkau.
- c. Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis pelajari saat ini, yakni berhubungan dengan jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

C. Latar Belakang Masalah

Daya saing dalam kondisi zaman saat ini merupakan tantangan yang tidak ringan, tanpa dibekali kemampuan dan keunggulan bersaing yang baik maka produk-produk yang dihasilkan tidak akan mampu bertahan atau bersaing dengan usaha-usaha lain. Bisnis merupakan serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, terkait dengan pemasaran bisnis dalam persaingan yang semakin kompetitif, maka Lembaga Keuangan Syariah tidak bisa lepas dari etika bisnis. Etika bisnis dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang benar, maka etika diperlukan dalam bisnis yang professional. Pelayanan yang menyenangkan diharapkan menarik respon positif pelanggan sehingga pelanggan akan memberikan kepercayaannya kepada lembaga keuangan yang bersangkutan.

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian bahu membahu mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berhasil guna secara optimal. Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam

menggerakkan roda perekonomian. Akan tetapi, badan perekonomian di Indonesia ini, banyak yang tidak menggunakan cara-cara yang sesuai dengan ajaran islam, oleh sebab ini orang islam berusaha mengembangkan keuangan yang berbasis syariah.

Ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi bagi berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah islam. Utamanya adalah keterkaitan pelarangan praktek riba, kegiatan maysir (spekulasi), dan gharar (ketidak jelasan).⁵

Keberadaan perbankan islam di tanah air telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 yaitu direvisi melalui Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil atau Bank Islam. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Dengan demikian, bank ini adalah yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil. Bagi hasil adalah prinsip muamalah yang berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank.⁶

Lembaga keuangan syari'ah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba salah satunya adalah lembaga Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM). Baitul Tamwil adalah sebuah organisasi informal

⁵Muhamad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), h. 13.

⁶*Ibid*, h. 15.

dalam bentuk kelompok simpan pinjam atau kelompok swadaya masyarakat yaitu suatu lembaga yang melakukan penghimpunan dana dari anggota dan diperuntukkan bagi anggota. BTM didirikan oleh Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan PW Muhammadiyah Provinsi Lampung pada tahun 2004. Lahirnya Baitul Tamwil dilatar belakangi oleh pelarangan riba' (bunga) secara tegas dalam Al-Quran serta muncul seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat bahwa bunga itu dilarang (haram) dan upaya masyarakat untuk kembali berekonomi sesuai syariah.

Seiring dengan perkembangan ekonomi syari'ah dan meningkatnya kebutuhan masyarakat sehingga banyak bermunculan lembaga BTM. Masyarakat mulai beralih dalam melakukan pembiayaannya melalui lembaga BTM yang produknya berupa *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah*, dan *istishna*. Keberadaan BTM mempunyai efek yang sangat kuat dalam menjalankan misinya dan dapat mengurangi ketergantungan pedagang kecil dari lembaga-lembaga keuangan informal yang bunganya relatif terlalu tinggi. Pembiayaan sedapat mungkin dapat membantu pendapatan dan memandirikan ekonomi pedagang kecil. BTM menjadi salah alternatif menambah atau memperkuat permodalan para pedagang kecil sehingga mereka tidak terjerat pada praktek ribawi yang dilakukan oleh para rentenir setempat.

Dalam menanamkan nilai-nilai kepercayaan di benak publik, perusahaan harus lebih dulu dikenal atau diketahui oleh publik. Apalagi jika perusahaan ingin *go public*, tetapi masyarakat tidak mengenal perusahaan

tersebut, maka kepercayaan tidak akan tumbuh, sehingga citra tidak akan didapat, tetapi jika perusahaan tersebut sudah dikenal di masyarakat, maka menanamkan kepercayaan mulai bisa dilakukan. Bagi perusahaan yang ingin *go public*, pembentukan citra positif itu sangat penting. Bila citra perusahaan negatif dimata masyarakat, dapat mempengaruhi kepada menurunnya penjualan produk ataupun juga nilai investasi perusahaan. Untuk membentuk suatu citra idaman tidak dapat dilakukan dalam sekejap mata, tetapi harus diupayakan dan perlu proses yang panjang.

Lembaga Keuangan/Perusahaan merupakan suatu badan hukum yang dalam perbuatan hukum diwakili oleh organ atau pengurusnya, sehingga tidak menutup kemungkinan menimbulkan kekhilafan dan kelalaian yang harus dipertanggung jawabkan diantaranya dalam tanggung jawab dalam makna *responsibility* atau tanggung jawab moral atau etis yang dikembangkan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).⁷

Corporate Social Responsibility adalah sekumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada.⁸ Secara teoritis ISR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Semua itu tidak lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup,

⁷Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.57.

⁸*Ibid.*, h. 117.

beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan berbagai pihak. Jadi ISR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihakpihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri. ISR itu sendiri merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan (*customers*), karyawan (*employers*), komunitas masyarakat, investor, pemerintah, dan pemasok (*supplier*) serta kompetitornya sendiri.

Kepedulian perusahaan ini sendiri terlihat pada komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (*Triple Bottom Line (3BL)*). Bagi perusahaan yang konsisten menerapkan ISR dalam Aktivitasnya, dalam jangka panjang akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari *stakeholders*-nya (*corporate image*) terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Program ISR (*Islamic Social Reporting*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR. Dengan adanya Undang-undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan

korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup.⁹

Perusahaan yang ingin tumbuh secara berkelanjutan mempunyai tanggung jawab tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan atau keuntungannya saja (*profit*), akan tetapi juga dihadapkan pada konsep *triple bottom line* yaitu kondisi ekonomi (*profit*), menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*people*).¹⁰

Sedangkan, *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan konsep dari ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan bagi orang lain demi mendapatkan ridha Allah SWT. Disamping itu, ISR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah SWT adalah pemilik mutlak (*haqiiyah*) sedangkan manusia hanya sebagai pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.

Islamic Social Reporting (ISR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*).¹¹

⁹Fauzan, "Corporate Social Responsibility dan Etika Bisnis (Perspektif Etika Moral Immanuel Kant)", Jurnal Modernisasi : Vol. VII, No. 2, Juni 2011, h. 115.

¹⁰Illona Vicenovie Oisena Situmeang, *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), h.7-8.

¹¹Darmawati, "Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam", Jurnal Muzahib: Vol. XIII, No. 2, Desember 2014, h. 134.

ISR dalam Islam bukanlah merupakan suatu hal yang baru. Tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur'an. Seperti firman Allah SWT:

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا ۗ وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ﴾

Artinya : “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”. (QS Al-Baqoroh 177)¹²

Berdasarkan ayat di atas dapat ditarik benang merah bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di

¹² Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h. 21

masyarakat ketimbang mengedepankan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al Qur'an mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa keimanan kepada Allah SWT, kitab-Nya, dan hari kiamat, Al Qur'an menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *publicrelations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis , tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negative yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Citra Perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset. Suatu citra perusahaan yang positif jelas

menunjang usaha *public relations* keuangan. Sebagai contoh, suatu badan usaha yang memiliki citra positif pasti lebih mudah menjual.

Dalam usaha untuk meningkatkan citra koperasi BTM BiMU, maka perlu adanya citra positif yang dikembangkan untuk menarik publik. Citra positif yang dikembangkan salah satunya ditentukan dengan adanya program isr. Program isr meliputi berbagai program untuk mempromosikan atau melindungi citra atau produk individual. Dalam perusahaan, program ISR juga mengamati sikap masyarakat di dalam organisasi serta mendistribusikan informasi dan komunikasi untuk membangun itikad baik (*good will*).

Disebutkan pula bahwa tujuan kegiatan isr melangkah pada adanya *image/citra* perusahaan yang positif sehingga tercipta kerjasama yang harmonis di antara kedua belah pihak baik itu dari publik terhadap organisasi maupun dari organisasi terhadap publiknya sehingga dari hal tersebut diharapkan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat tercapai. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa program ISR memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, tidak terkecuali dalam dunia Koperasi Syariah, salah satunya di BTM Bina Masyarakat Utama.

BTM Bina Masyarakat Utama merupakan Koperasi Syariah yang cukup besar di daerah Bandar Lampung. Agar BTM Bina Masyarakat Utama ini dapat beroperasi dan berjalan sesuai dengan capaian-capaian yang telah dibuat, tentunya bukan hanya tanggung jawab pimpinan, melainkan juga merupakan tanggung jawab staf dan karyawan untuk mencapai kesuksesan

sebagaimana yang diinginkan oleh perusahaan. Maka dari itu produktifitas kerja karyawan dan komunikasi yang efektif pada manajemen, serta mampu membangun citra positif BTM Bina Masyarakat Utama sangat besar pengaruhnya terhadap kemajuan dan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh **Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Implementasi ISR BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung).**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat?
2. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian pada umumnya memiliki tujuan penelitian demi memperoleh hasil yang maksimal. Adapun penelitian ini memiliki tujuan, yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat.
- b. Untuk mengetahui Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, Penelitian yang saya lakukan ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian-penelitian dalam bidang lembaga keuangan syariah selanjutnya, menambah pengetahuan dan berguna sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan dan sebagai sumbangisasi pemikiran untuk pengembangan Program *Islamic Social Reporting* (ISR). Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menambah literatur mengenai hal tersebut bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya jurusan Perbankan Syariah.
- b. Secara Praktis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi BTM Bina Masyarakat Utama Bandar Lampung dalam meningkatkan Citra baik sebagai Koperasi berlandaskan prinsip Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Beberapa konsep tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dijelaskan dengan melihat pendapat-pendapat dari beberapa ahli yang didasari oleh beberapa penelitian terhadap beberapa perusahaan. Salah satu konsep menyebutkan tentang *corporate social responsibility* adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroprasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.¹

Corporate Social Responsibility adalah sekumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada.²

Corporate Social Responsibility atau Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan “komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”³

¹ Bambang Rudiato dan Melia Famiola, *Etika Bisnis Dan Tnggung Jawab Perusahaan di Indonesia* (Bandug: Rekayasa Sains, 2007), h. 209

² Khoiruddin, *Etika Bisnis Islam*....., h. 117.

³ *Ibid.*, h.120

Peneliti lain Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas sebagai bentuk kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan yang tercermin melalui praktik bisnis yang baik.⁴

Dengan demikian dari kumpulan definisi di atas, dapat disimpulkan

bahwa CSR dapat dimaknai sekumpulan kewajiban atau komitmen baik bagi perusahaan maupun organisasi dibidang sosial dalam bentuk kontribusi di bidang ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi organisasi sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

2. Standarisasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketentuan yuridis CSR di Indonesia secara spesifik belum ada, namun secara implisit telah diatur dalam beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan seperti pasal (1) Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT): “Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang

⁴ Ang Swat Lin Lindawati, Marsella Eka Puspita, “*Corporate Social Responsibility: Implementasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*”, Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol. 6 No.1: April 2015, h. 159.

seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya”.

Pasal 66 angka 2 C UUPT yang menyebutkan Laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pasal 74 UUPT mengatur antara lain :

- a. Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- b. Ayat (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundangundangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan Pemerintah.⁵

Selanjutnya jika dibandingkan dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM), pasal 15 huruf (b) mewajibkan setiap penanam modal di Indonesia melakukan tanggung jawab sosial perusahaan sebagaimana disebutkan dalam dalam Pasal 15

⁵ Nancy Silvana Heliwela, “Tinjaun Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*)”, Jurnal Sasi Vol. 17 No. 4 : Oktober 2011, h. 55.

huruf b. Apabila penanam modal tidak melakukan hal tersebut maka undang-undang memberikan sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau pencabutan kegiatan usaha.

Pasal 16 huruf (d) UUPM, menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan hidup, selanjutnya pasal 16 huruf (e) UUPM, menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab menciptakan kemaslahatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja. Selanjutnya pasal 17 UUPM menentukan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sanksi bagi pelanggaran CSR dalam pelestarian lingkungan hidup secara implicit tidak diatur dalam UUPT maupun UUPM, dikarenakan belum adanya peraturan pemerintah lebih lanjut, namun ketentuan pasal 74 ayat (3) UUPT merujuk langsung pada undang-undang terkait berdasarkan dampak yang diakibatkannya. Selain itu UUPT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar.

3. **Komponen *Corporate Social Responsibility***

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik bagi perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya. Sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders*-nya dengan memerhatikan kualitas lingkungan kearah yang lebih baik.⁶

Tahun 1998, konsep *Corporate Social Responsibility* semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya Jhon Elkington. Dia mengemas *Corporate Social Responsibility* dalam tiga fokus atau 3P yang merupakan singkatan dari *Profit*, *Planet*, dan *People*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*),

⁶ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.34.

melainkan memiliki kepedulian pada kelestarian lingkungan (*Planet*), dan kesejahteraan masyarakat (*People*).⁷

Pada tahun 2002 Global Compact Initiative menegaskan kembali tentang *Triple P* sebagai tiga pilar CSR dengan menyatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (*Profit*), mensejahterakan orang (*People*), dan menjamin keberlanjutan Kehidupan (*Planet*). Ketiga aspek itu diwujudkan dalam kegiatan sebagaimana terlihat pada tabel berikut:⁸

Tabel 2.1
Kegiatan Corporate Social Responsibility

No	Aspek	Muatan
1	Sosial	Pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan kelembagaan (secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan), kesejahteraan social, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan, dan sebagainya
2	Ekonomi	Kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan usaha menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi dan usaha produktif lain.
3	Lingkungan	Penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian populasi, serta penggunaan produksi dan energy secara efesien.

Sumber: Busyra Azheri

⁷ Rahman, *Panduan lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), h.81-82

⁸ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary.....*, h.35.

4. Jenis-jenis Program *Corporate Social Responsibility*

a. CSR Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak dapat diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* setiap Perusahaan.⁹

b. CSR Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. Dengan demikian, program-program *Corporate Social Responsibility* sudah sebaiknya tidak meninggalkan programnya dibidang kesehatan bisa dilakukan dengan cara, disesuaikan dengan kebutuhan dan apa yang semestinya dilakukan di daerah setempat.

Contohnya, untuk daerah tertentu salah satu kendala yang dihadapi adalah masih rendahnya kondisi kesehatan manusia, termasuk masih rendahnya fasilitas kesehatan terutama daerah-daerah terpencil.¹⁰

c. CSR Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat dalam bidang ekonomi menjadi perhatian penting setiap pemangku kebijakan *Corporate Social Responsibility* nya. Peningkatan pendapatan ekonomi bisa

⁹ Edi Suharto, *CSR dan COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 137-138

¹⁰ *Ibid.* h. 146

diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, bantuan modal kepada pengusah-pengusaha kecil, dan pemberdayaan petani.¹¹

d. CSR Lingkungan

Lingkungan yang baik adalah harapan setiap pihak. Belakangan ini dunia sangat disibukkan dengan masalah *global warming* yang mengancam kehidupan manusia. Dalam masalah ini salah satu pihak yang disalahkan adalah perusahaan. Aktivitas industri perusahaan dituding sebagai penyebab utama terjadinya *global warming*. Banyaknya tututan dari masyarakat, LSM, dan organisasi Internasional lainnya agar perusahaan memperhatikan masalah lingkungan ini menguatkan argument bahwa tanggung jawab terhadap lingkungan adalah hal yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan ini dapat dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buang, mengimplementasikan system manajemen resiko yang efektif dan lain sebagainya.¹²

Berdasarkan berbagai uraian jenis-jenis program *Corporate Social Responsibility* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk

¹¹ *Ibid.* h. 158.

¹² Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR* (Jakarta: Forum Sahabat, 2008), h. 46-47

dari *Corporate Social Responsibility* terdiri dari: Sosial: pendidikan, pelatihan, kesehatan, penguatan kelembagaan, (secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan), kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan, dan sebagainya.

Ekonomi: kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi, dan usaha produktif lain. Lingkungan: penghijauan, bersih lingkungan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, dan sebagainya.

5. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility*

a. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang.

CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR tidak

memisahkan aktifitas CSR dengan *Good Corporate Governance*, karena keduanya merupakan satu *continuum* (rangkaian kesatuan), maka CSR tidak hanya mencangkup apa yang seharusnya dilakukan, tapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan.¹³

b. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat lain yang muncul akibat melakukan program CSR secara rutin dan berkesinambungan ialah:

1) Menciptakan Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan (*empowerment*) berarti kemampuan, tenaga, dan kekuasaan, dengan demikian. Dengan demikian, secara harafiah pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai peningkatan kemampuan, tenaga kekuatan dan kekuasaan. Menurut Ife illona mengemukakan bahwa pemberdayaan berarti membantu komunitas dengan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas komunitas sehingga berpartisipasi untuk menentukan masadepan warga komunitas.¹⁴

Tujuan dari pemberdayaan masyarakat itu ialah untuk meningkatkan kekuatan orang-orang yang lemah dari belenggu kemiskinan yang menghasilkan suatu situasi dimana kesempatan-kesempatan ekonomis tertutup bagi mereka. Salah satu

¹³ Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER -07/MBU/05/2015 tentang program kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan, BAB 1 pasal (1) dan (5) Tahun 2015

¹⁴ Illona Vicenovie Oisena Situmeang, *Op-Cit*, h. 84.

pemberdayaan masyarakat adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan yang terbaik dalam menentukan atau memperbaiki kehidupannya.

2) Menciptakan Kesejahteraan Masyarakat

Program CSR merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi resiko social serta sarana untuk meningkatkan citra dimata public. Salah satu implementasi program CSR adalah dengan kegiatan pengembangan masyarakat. Menurut Fadil dan Yulianto menjelaskan bahwa kegiatan yang menyangkut upaya baik langsung maupun tidak langsung yang ditujukan untuk pengembangan sumber daya manusia, perbaikan kualitas hidup, penyembuhan dan pencegahan masalah sosial yang dianggap sebagai pencipta kesejahteraan masyarakat.¹⁵

3) Menciptakan Kemandirian Masyarakat

Kemandirian masyarakat merupakan aspek terpenting dalam komunikasi pembangunan. Menurut Ndara kemandirian adalah kemampuan untuk menghadapi masalah dan bertanggung jawab atas dirinya tanpa merugikan orang lain. Salah satu tujuan dilakukannya CSR adalah untuk menciptakan kemandirian masyarakat yang sikap seorang suatu bangsa mengenai dirinya, masyarakat, serta semangat dalam menghadapi tantangan.¹⁶

¹⁵ *Ibid*, h. 99

¹⁶ *Ibid*, h. 100

6. *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif Ekonomi Islam

CSR dalam Perspektif Islam merupakan konsekuensi *inhern* dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari Syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan.¹⁷

Corporate Social Responsibility dalam Islam bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sudah sering disebutkan dalam al-Qur'an. Salah satu diantaranya dijelaskan dalam Surah Al Baqarah Ayat 205:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا

تُحِبُّ الْفُسَادَ

Artinya: “ Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk Mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan”. (QS. Al-Baqoroh : 125)¹⁸

Ayat di atas menggambarkan secara nyata bagaimana Islam sangat memperhatikan kelestarian alam. Segala usaha dalam bentuk bisnis maupun nonbisnis harus mampu melestarikan alam sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial. CSR pada dasarnya merupakan konsep

¹⁷ Ali Syukron, “CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah”, Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam : Vol. 5 No. 1, 2015, h. 2-3.

¹⁸ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.15

berbagi atau saling membantu antar manusia dengan harta atau *profit* oleh suatu korporat.¹⁹ Implementasi CSR sudah diterapkan sejak kekhalifahan Rosulullah, selama masa hidup Rosulullah selalu menyediakan bantuan keuangan kepada fakir, miskin dan baitul mal.

Rosulullah juga menularkan sifat tersebut kepada para sahabat-sahabat beliau, ada ada yang menciptakan lapangan pekerjaan, bahkan Rosulullah sampai membayarkan hutang-hutang orang miskin yang tidak mampu melunasi hutangnya. Dalam perspektif Islam, CSR termasuk dalam etika bisnis dimana Islam menganjurkan ketika melakukan bisnis haruslah diikuti dengan tanggung jawab sosial kepada orang lain, agar bisnis yang dijalankan tidak merugikan orang-orang sekitar.

Terdapat beberapa prinsip yang sebetulnya menggambarkan adanya hubungan antara manusia dan penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsipprinsip ini adalah berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* (rahmad bagi seluruh alam), dan *maslahah* (kepentingan masyarakat)serupa dengan penjelasan Triwuyono dalam konsep SET. Hal tersebut berkaitan erat dengan tujuan ekonomi syari'ah, yaitu mengedepankan kepentingan masyarakat.

Berdasarkan sifat-sifat di atas jika dikaitkandengan konteks CSR, maka para pelaku atau pihak perusahaan dituntut untuk bersikap tidak kontradiksi antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut

¹⁹ M. Kholik Nawawi an Fera Astarini, "Peran Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Studi Kasus Di PT. Bank Mandiri Syari'ah Cabang Bogor: (Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq 1, No. 1, September 2010), h. 25.

tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ada yang ditutup-tutupi). Pelaku usaha atau perusahaan memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan dan kejujuran, serta dengan sikap amanah ini perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.

Corporate Social Responsibility dalam perspektif Islam berasal dari prinsip-prinsip inti dalam Al-Qur'an. Ada tiga prinsip utama dalam Al-Qur'an yang menjadi dasar dalam CSR, yaitu : (1) Kekhalifahan manusia dimuka bumi; (2) Akuntabilitas Ilahi dan (3) Kewajiban manusia untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kebaikan. Prinsip kekhalifahan manusia menjelaskan bahwa manusia adalah wakil Allah dimuka bumi, sehingga segala isi bumi ini adalah kepemilikan Allah dan manusia hanya dititipi sebagai penjaga amanah. Prinsip akuntabilitas Ilahi merupakan implikasi dari prinsip kekhalifahan manusia dimana manusia sebagai wakil Allah dibumi, sehingga manusia diwajibkan untuk bertanggungjawab atas segala yang diamanahkan Allah kepada manusia. Kemudian untuk prinsip ketiga manusia memiliki kewajiban untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kepada kebaikan dikarenakan manusia sebagai wakil Allah yang harus mempertanggungjawabkan seluruh amanah ini.²⁰

Berdasarkan penjelasan di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam Islam banyak dijelaskan mengenai CSR itu sendiri, dimana manusia

²⁰ Syad Farrok, "On Corporate Social Responsibility Of Islamic Financial Institutions", (*Islamic Economic Studies* 15, No. 1, July 2007), h.21.

sebagai *khalifah fil ardh* dan *abd Allah*, sehingga manusia memiliki tanggung jawab kepada Allah sebagai pemilik tertinggi dan manusia juga bertanggung jawab kepada sesama makhluk (manusia, hewan, dan alam sekitar).²¹ Begitu pula untuk konsep dalam korporasi sendiri, konsep pertanggungjawaban tidak hanya terkhusus pada *stockholder* dan *stakeholder* saja melainkan, ada aspek yang lebih luas dalam *stakeholder* yang *direct stakeholder* dan *indirect stakeholder*.

Menurut Muhammad Djakfar, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikanya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

a. Al-Adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas dalam dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial dan hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Dalam

²¹ Iwan Triyonwono, "Strategi Operasi Biner: Formulasi Tujuan Dasar Laporan Keuangan Syari'ah", (IQTISAD Journal For Islamic Economic 4, No. 1, Maret 2003), h. 15.

menjalankan usahanya suatu perusahaan atau organisasi sangat ditekankan untuk bersifat seimbangan atau adil dalam setiap kegiatan usahanya, begitu halnya dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Hal ini sesuai dengan firman Allah QS An-Nisa ayat 58, sebagai berikut:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ

أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا



Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat” (QS. An-Nisa : 58)²²

b. Al-Ikhsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ikhsan akan dimiliki

²² Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.69

ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.²³ Sebagaimana firman Allah SWT Qs. Al-Israa' Ayat 7, sebagai berikut:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ^ط وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا^ج فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ

الْآخِرَةِ لَيُسْخَرْنَ^ط وَأُجْوهَكُمْ وَلَيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ

مَرَّةٍ وَلَيُتَبَرَّوْا مَا عَلَوْا تَتَبَرًّا^ط

Artinya : “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.”(QS. Al-Israa : 7)²⁴

²³ Darmawati, Manajemen Islam....., h 124.

²⁴ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.225

Berkaitan dengan hal tersebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh suatu perusahaan seharusnya berlandaskan pada prinsip ikhsan, sehingga kegiatan CSR tersebut tidak hanya sebatas sikap obstruktif yaitu pendekatan terhadap tanggung jawab sosial yang melibatkan tindakan seminimal mungkin dan bisa melibatkan usaha-usaha menolak atau menutupi pelanggaran, maupun sebatas pada sikap defensif yaitu pendekatan tanggung jawab sosial di mana perusahaan hanya sekedar memenuhi persyaratan hukum saja atas komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah dijelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan).

Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktifitas ekonomi. CSR sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philantropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan *iktikad* yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan

manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan.

Corporate Social Responsibility, memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktifitas bisnis. Amanah dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

CSR dalam ekonomi Islam sendiri merupakan implikasi dari konsep distribusi dalam system ekonomi Islam, ada beberapa prinsip yang mendasari proses distribusi dalam ekonomi Islam yang terlahir dari Q.S. alHasyr (59): 7, yang artinya “agar harta itu jangan hanya beredar di antara golongan kaya di antara kamu”. Prinsip tersebut yakni:

a. Keadilan dalam Distribusi

Keadilan dalam distribusi merupakan suatu kondisi yang tidak memihak pada salah satu pihak atau golongan tertentu dalam ekonomi, sehingga menciptakan keadilan merupakan kewajiban yang tidak bias dihindari dalam ekonomi Islam. keadilan dalam distribusi diartikan sebagai suatu distribusi pendapatan dan kekayaan, secara adil sesuai dengan norma-norma *fairness* yang diterima secara universal.

Keadaan sosial yang benar ialah keadaan yang memprioritaskan kesejajaran, yang ditandai dengan tingkat kesejajaran pendapatan (kekayaan) yang tinggi dalam system sosial. Serta memberikan kesempatan yang sama dalam berusaha, menjamin terwujudnya aturan yang menjamin setiap orang mendapatkan haknya berdasarkan usaha-usaha produktifnya. Disamping itu yang tidak kalah pentingnya ialah memastikan bahwa struktuf produksi harus menjamin terciptanya hasil-hasil yang adil.²⁵

b. Konsep Kepemilikan dalam Islam

Islam mengakui hak kepemilikan pribadi terhadap harta benda dan membenarkan kepemilikan harta yang dilakukan dengan cara yang halal, merupakan bagian dari motivasi manusia untuk berusaha memperjuangkan kesejahteraan bagi dirinya dan memakmurkan bumi, sebagaimana kewajiban bagi seorang khalifah. Sebaliknya, tidak membenarkan penggunaan harta pribadinya sebebas-bebasnya tanpa batas dan kehendak hatinya. Kepemilikan terhadap harta tidak menutup kewajiban untuk tidak melupakan hak-hak orang miskin yang terdapat pada harta tersebut (Q.S. Az-Zariat (51): 19).

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿٥١﴾

²⁵ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2013), h. 83

Artinya : *“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.”* (QS.Az-Zariyat : 19)²⁶

Ketika manusia menyadari bahwa dalam harta yang dimiliki terdapat hak orang lain, secara langsung membuka hubungan horizontal dan mempersempit jurang pemisah di tengah-tengah masyarakat antara si kaya dan si miskin. Pada dasarnya pemilik harta merupakan pemegang amanah Allah karena semua kekayaan dan harta benda pada dasarnya milik Allah dan manusia memegangnya hanya sebagai suatau amanah, yang akan dimintai pertanggung jawabannya atas harta benda tersebut.

c. Larangan Menumpuk Harta

Islam membenarkan hak milik pribadi, namun tidak membenarkan penumpukan harta benda pribadi sampai batas-batas yang dapat merusak pondasi sosial Islam, karena penumpukan harta berlebihan bertentangan dengan kepentingan umum, yang berimbas pada rusaknya sistem social dengan munculnya kelas-kelas yang mementingkan kepentingan pribadi. Di samping itu penumpukan harta berlebihan dapat melemahkan daya beli masyarakat dan menghambat mekanisme pasar bekerja secara adil, karena harta tidak tersebar di masyarakat.

Apabila terjadi yang sedemikian, dibenarkan bagi pemerintah dengan kekuasaannya untuk mengambil secara paksa harta tersebut

²⁶ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.416

demi kepentingan masyarakat melalui instrument zakat. Kebijakan untuk membatasi harta pribadi dapat dibenarkan dan dilakukan untuk menjamin terciptanya kondisi sosial yang sehat dan terwujudnya landasan keadilan distribusi di masyarakat.²⁷

B. *Islamic Social Reporting (ISR)*

1. *Pengertian Islamic Social Reporting (ISR)*

ISR pertama kali dibahas oleh Ross Haniffa pada tahun 2002 dalam tulisannya yang berjudul “*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*”. ISR lebih lanjut dikembangkan secara lebih ekstensif oleh Rohana Othman, Azlan Md Thani, dan Erlane K Ghani pada tahun 2009 di Malaysia dan saat ini ISR masih terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Menurut Haniffa, terdapat banyak keterbatasan dalam pelaporan social konvensional, sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual ISR yang berdasarkan ketentuan syariah. ISR tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat.²⁸

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah

²⁷ *Ibid*, h. 86.

²⁸ Falichin, Zulfa Minachul. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reaksi Investor dengan Enviromental Peformance Rating dan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi*. Semarang. Universitas Dipenegoro.

perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.²⁹

Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Haniffa membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat, dan Tema Lingkungan Hidup. Kemudian dikembangkan oleh Othman, dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema Tata Kelola Perusahaan.

2. Tujuan, Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks tersebut dikembangkan dengan dari standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif

²⁹ Kusuma, Rimba. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Universitas Diponegoro. Semarang

spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

Kerangka pelaporan tanggungjawab sosial yang turut memperhatikan spiritual hadir dalam bentuk indeks *Islamic Social Reporting* (ISR). ISR merupakan perluasan dari kerangka pelaporan konvensional yang tidak hanya berisikan aspek material, moral, ataupun sosial saja, namun juga memperhatikan bentuk produk serta jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Produk atau jasa tersebut haruslah memenuhi kaidah-kaidah islami, yaitu bebas riba spekulatif, samar-samar, serta transaksi haram lainnya. Salah satu unsur dalam ISR yang tidak terdapat dalam kerangka pelaporan konvensional adalah adanya zakat, shodaqoh, wakaf, dan bentuk amaliah lainnya yang digolongkan berdasarkan masing-masing cara perolehan penyalurannya.

Tabel 2.2
Tujuan, Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR

Tujuan ISR	1) Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat 2) Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan.
Bentuk Akuntabilitas	1) Menyediakan produk halal dan baik 2) Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat 3) Mengejar keuntungan yang wajar sesuai dengan prinsip Islam 4) Mencapai tujuan bisnis 5) Menjadi karyawan dan masyarakat 6) Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis

	7) Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah
Bentuk Transparansi	1) Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan 2) Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investasi 3) Memberikan informasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan 4) Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat 5) Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan

Sumber : Hanifa (2002)

Tabel 2.2 di atas menjelaskan tujuan, bentuk akuntabilitas dan bentuk transparansi prinsip syariah yang merupakan landasan dasar atas terbentuknya *Islamic Social Reporting* yang komperhensif. Prinsip syariah dalam *Islamic Social Reporting* menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Standarisasi Pelaksanaan ISR di Indonesia

Pelaksanaan ISR di Indonesia merupakan suatu bentuk pelaporan sukarela bagi perusahaan mengingat perkembangan dan laju perekonomian bangsa Indonesia yang semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang didirikan, baik perusahaan nasional yang modalnya dari negara, perusahaan swasta yang modalnya dimiliki oleh pihak swasta, perusahaan gabungan antara pihak swasta nasional dengan negara maupun, perusahaan patungan antara pihak asing dengan negara dalam bentuk perusahaan penanaman modal asing di Indonesia.

Dauman dan Hargreaves, menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

a. *Basic Responsibility*

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memasukkan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

b. *Organization Responsibility*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya. Contohnya: bertanggung jawab terhadap investor untuk memaksimalkan profit dan mensejahterakan karyawan.

c. *Societal Responses*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan. Contohnya: melakukan *recruitment* tenaga kerja dari masyarakat sekitar.

Pelaporan ISR merupakan salah satu aspek penting dari akuntabilitas perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. Dewasa ini, pemahaman mengenai pelaporan ISR sudah lebih luas. Hal ini selaras dengan semakin berkembangnya akuntansi sosial sejak tahun 1970-an. Gray mendefinisikan pelaporan ISR sebagai proses mengomunikasikan dampak sosial dan lingkungan akibat tindakan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok masyarakat tertentu dan masyarakat secara keseluruhan. Pelaporan ISR mencakup perluasan akuntabilitas suatu organisasi, tidak lagi hanya sekedar menyajikan akun-akun keuangan kepada pemegang saham. Perluasan tersebut didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas daripada hanya sekedar menghasilkan uang untuk pemegang saham. Menurut Gond dan Herrbach, pelaporan ISR merupakan wujud proses monitor, eksplorasi, dan interpretasi dari bentuk-bentuk akuntansi yang lebih luas seperti laporan sosial dan lingkungan. Pelaporan ISR memiliki akar fundamental yang sama dengan ISR dan dapat dihubungkan secara historis dengan praktik audit sosial.

4. Indikator *Islamic Social Reporting* (ISR)

Setiap tema pengungkapan memiliki sub-tema sebagai indikator pengungkapan tema tersebut. Beberapa peneliti Indeks ISR sebelumnya memiliki perbedaan dalam hal jumlah sub-tema yang digunakan, tergantung objek penelitian yang digunakan. Berikut kelima tema pengungkapan dalam *Islamic Social Reporting* yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Pendanaan dan Investasi (*Finance and Investment*)

Konsep dasar pada tema ini adalah tauhid, halal & haram, dan wajib. Beberapa informasi yang diungkapkan pada tema ini menurut Haniffa adalah praktik operasional yang mengandung *riba*, *gharar*, dan aktivitas pengelolaan zakat. Sakti menjelaskan bahwa secara literatur *riba* adalah tambahan, artinya setiap tambahan atas suatu pinjaman baik yang terjadi dalam transaksi utang-piutang maupun perdagangan adalah *riba*.³⁰ Kegiatan yang mengandung *riba* dilarang dalam Islam, sebagaimana ditegaskan Allah dalam AlQuran surat Al-Baqarah ayat 278-279. Salah satu bentuk *riba* di dunia perbankan adalah pendapatan dan beban bunga.

Kegiatan yang mengandung *gharar* pun merupakan yang terlarang dalam Islam. *Gharar* adalah situasi dimana terjadi *incomplete information* karena adanya *uncertainty to both parties*. Praktik *gharar* dapat terjadi dalam empat hal, yaitu kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan. Contoh transaksi modern yang mengandung *riba* adalah transaksi *lease and purchase*, karena adanya ketidakjelasan antara transaksi sewa atau beli yang berlaku.

Bentuk lain dari *gharar* adalah *future on delivery trading* atau *margin trading*, jual-beli valuta asing bukan transaksi komersial (*arbitrage* baik *spot* maupun *forward*, melakukan penjualan melebihi jumlah yang dimiliki atau dibeli (*short selling*), melakukan transaksi

³⁰ Siregar, Chairil N. 2007. *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia*. Jurnal Sosioteknologi edisi 6.

pure swap, capital lease, future, warrant, option, dan transaksi derivatif lainnya.

Aspek lain yang harus diungkapkan oleh entitas syariah adalah praktik pembayaran dan pengelolaan zakat. Entitas syariah berkewajiban untuk mengeluarkan zakat dari laba yang diperoleh, dalam fikih kontemporer di kenal dengan istilah zakat perusahaan. Berdasarkan AAOIFI, perhitungan zakat bagi entitas syariah dapat menggunakan dua metode. Metode pertama, dasar perhitungan zakat perusahaan dengan menggunakan metode *net worth* (kekayaan bersih). Artinya seluruh kekayaan perusahaan, termasuk modal dan keuntungan harus dihitung sebagai sumber yang harus dizakatkan.³¹

Metode kedua, dasar perhitungan zakat adalah keuntungan dalam setahun. Selain itu bagi bank syariah berkewajiban untuk melaporkan laporan sumber dan penggunaan dana zakat selama periode dalam laporan keuangan. Bahkan jika bank syariah belum melakukan fungsi zakat secara penuh, bank syariah tetap menyajikan laporan zakat (PSAK 101, 2011).

Pengungkapan selanjutnya yang merupakan penambahan dari Othman adalah kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan kebangkrutan klien, neraca dengan nilai saat ini (*Current Value Balance Sheet*), dan laporan nilai tambah (*Value added statement*). Terkait dengan kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan

³¹ Jamal, Mun. Nurqadri. *Aktivitas public Relations PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional VII KTI Dalam Membangun Citra Positif*. Makassar: UIN AlauddinMakassar, 2012.

kebangkrutan klien Untuk meminimalisir resiko pembiayaan, Bank Indonesia mengharuskan bank untuk mencadangkan penghapusan bagi aktiva-aktiva produktif yang mungkin bermasalah, praktik ini disebut pencadangan penghapusan piutang tak tertagih (PPAP). Dalam fatwa DSN MUI ditetapkan bahwa pencadangan harus diambil dari dana (modal/keuntungan) bank. Sedang menurut AAOIFI, pencadangan disisihkan dari keuntungan yang diperoleh bank sebelum dibagikan ke nasabah. Ketentuan PPAP bagi bank syariah juga telah diatur dalam PBI No.5 Tahun 2003.³²

Pengungkapan lainnya adalah Neraca menggunakan nilai saat ini (*current value balance sheet/CVBS*) dan laporan nilai tambah (*value added statement/VAS*). Menurut Nurhayati dan Wasilah metode CVBS digunakan untuk mengatasi kelemahan dari metode *historical cost* yang kurang cocok dengan perhitungan zakat yang mengharuskan perhitungan kekayaan dengan nilai sekarang. Sedang VAS menurut Harahap adalah berfungsi untuk memberikan informasi tentang nilai tambah yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu dan kepada pihak mana nilai tambah itu disalurkan. Dua sub-tema ini tidak digunakan dalam penelitian ini, karena belum diterapkan di Indonesia.

Menurut Haniffa dan Hudaib aspek lain yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah jenis investasi yang dilakukan

³² Sumami, Putri Resky. *Strategi Public relations PT.Putra Transport Nusantara dalam menghadapi persaingan pasar di Kota Makassar*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2012.

oleh bank syariah dan proyek pembiayaan yang dijalankan. Aspek ini cukup diungkapkan secara umum.

b. Produk dan Jasa (*Product and Service*)

Menurut Othman beberapa aspek yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah status kehalalan produk yang digunakan dan pelayanan atas keluhan konsumen. Dalam konteks perbankan syariah, maka status kehalalan produk dan jasa baru yang digunakan adalah melalui opini yang disampaikan oleh DPS untuk setiap produk dan jasa baru.³³

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada bank syariah. Anggota DPS harus terdiri dari para pakar di bidang syariah muamalah dan pengetahuan umum bidang perbankan. Tugas utama DPS adalah mengawasi kegiatan usaha bank agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN. DPS juga memiliki fungsi sebagai mediator antara bank dan DSN dalam pengkomunikasian dalam pengembangan produk baru bank syariah. Oleh karena itu, setiap produk baru bank syariah harus mendapat persetujuan dari DPS. Penjelasan tersebut merupakan suatu rujukan yang sangat penting bagi pimpinan perusahaan muslim, khususnya pada perusahaan bank syariah di Indonesia agar mengetahui apakah produk bank syariah terhindar dari hal-hal yang dilarang syariat.

³³ Maneet, Kaur. 2011. *Copporate Social Responsibility – A Tool tp Create a Positive Brand Image*. Jalandhar University. India

Begitu juga pada pelayanan keluhan nasabah haruslah menjadi prioritas bank syariah sehingga kepercayaan nasabah tetap terjaga. Saat ini hampir seluruh perusahaan mengedepankan aspek pelayanan bagi konsumen atau nasabah mereka. Karena pelayanan yang baik akan berdampak pada tingkat loyalitas nasabah kepada perusahaan.

Hal lain yang harus diungkapkan oleh bank syariah menurut Haniffa dan Hudaib adalah glossary atau definisi setiap produk serta akad yang melandasi produk tersebut. Dalam hal tersebut mengingat akad-akad di bank syariah menggunakan istilah-istilah yang masih asing bagi masyarakat, sehingga perlu informasi yang jelas terkait definisi akad-akad tersebut agar mudah dipahami oleh pengguna informasi.³⁴

c. Karyawan (*Employees*)

Dalam ISR, segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan barasal dari konsep etika amanah dan keadilan. Menurut Haniffa dan Othman dan Thani memaparkan bahwa masyarakat Muslim ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan. Beberapa informasi yang berkaitan dengan karyawan menurut Haniffa

³⁴ Prianto, Agus. 2009. *Persepsi Tentang Implementasi CSR dan Pengaruhnya Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Usaha*. STKIP PGRI. Volume 6.

dan Othman diantaranya jam kerja, hari libur, tunjangan untuk karyawan, dan pendidikan dan pelatihan karyawan.³⁵

Beberapa aspek lainnya yang ditambahkan oleh Othman adalah kebijakan remunerasi untuk karyawan, kesamaan peluang karir bagi seluruh karyawan baik pria maupun wanita, kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, keterlibatan karyawan dalam beberapa kebijakan perusahaan, karyawan dari kelompok khusus seperti cacat fisik atau korban narkoba, tempat ibadah yang memadai, serta waktu atau kegiatan keagamaan untuk karyawan. Selain itu, Haniffa dan Hudaib juga menambahkan beberapa aspek pengungkapan berupa kesejahteraan karyawan dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

d. Masyarakat (*Community Involvement*)

Dalam agama Islam mengajarkan kepada ummat manusia untuk saling tolong-menolong antar sesama. Bentuk saling berbagi dan tolong-menolong bagi bank syariah dapat dilakukan dengan sedekah, wakaf, dan *qard*. Jumlah dan pihak yang menerima bantuan harus diungkapkan dalam laporan tahunan bank syariah. Hal ini merupakan salah satu fungsi bank syariah yang diamanahkan oleh Syariat dan Undang-Undang.

Beberapa aspek pengungkapan tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sedekah, wakaf, dan pinjaman kebajikan.

Sedang beberapa aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman

³⁵ Pujayanti, Adirini. 2008. *Globalisasi dan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) di Kabupaten Pelalawan Propinsi Riau*. Pusat Pengkajian, dan Pengolahan Data dan Informasi. Setjen DPR RI.

diantaranya adalah sukarelawan dari kalangan karyawan, pemberian beasiswa pendidikan, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah atau mahasiswa berupa magang, pengembangan generasi muda, peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat miskin, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal atau sosial, dan dukungan terhadap kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama.³⁶

e. Lingkungan Hidup (*Environment*)

Konsep yang mendasari tema ini adalah *mizan*, *i'tidal*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa menjaga, memelihara, dan melestasikan bumi. Allah menyediakan bumi dan seluruh isinya termasuk lingkungan adalah untuk manusia kelola tanpa harus merusaknya. Namun watak dasar manusia yang rakus telah merusak lingkungan ini.

Hal ini telah Allah isyaratkan dalam firmanNya QS.Ar-Rum Ayat 41 sebagai berikut:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ

الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

³⁶ Bronn, Peggy Simcic. 2001. *Corporate Social Responsibility and Cause-Related Marketing: an Overview*. International Journal of Advertising.

Artinya : *“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusi, supay Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”* (QS. Ar-Rum : 41)³⁷

Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan diantaranya adalah konservasi lingkungan hidup, tidak membuat polusi lingkungan hidup, pendidikan mengenai lingkungan hidup, penghargaan di bidang lingkungan hidup, dan sistem manajemen lingkungan.

f. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Konsep yang mendasari tema ini adalah konsep khilafah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS-Albaqoroh Ayat 30 sebagai berikut:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةً ۚ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا

مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ

اِنِّیْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

Artinya : *“ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan*

³⁷ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.326

mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (QS. Al- Baqoroh : 30)³⁸

Tema tata kelola perusahaan dalam ISR merupakan penambahan dari Othman dimana tema ini tidak bias dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariaiah perusahaan. Secara formal *corporate governance* dapat didefinisikan sebagai sistem hak, proses, dan kontrol secara keseluruhan yang ditetapkan secara internal dan eksternal atas manajemen sebuah entitas bisnis dengan tujuan untuk melindungi kepentingan-kepentingan stakeholder.³⁹ Menurut Muhammad Corporate governance bagi perbankan syariah memiliki cakupan yang lebih luas, karena memiliki kewajiban untuk mentaati seperangkat peraturan yang khas yaitu hukum syariat dan harapan kaum muslim.

Tata kelola perusahaan suatu subjek yang memiliki banyak aspek. Salah satu topic utama dalam tata kelola perusahaan adalah menyangkut masalah akuntabilitas dan tanggung jawab mandat, khususnya implementasi pedoman serta mekanisme untuk memastikan perilaku yang baik dan melindungi kepentingan pemegang saham. Fokus utama lain adalah efisiensi ekonomi yang menyatakan bahwa sistem tata kelola perusahaan harus ditujukan untuk mengoptimalisasi

³⁸ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.6

³⁹ Falichin, Zulfa Minachul. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reaksi Investor dengan Enviromental Peformance Rating dan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi*. Semarang. Universitas Dipenegoro.

hasil ekonomi, dengan penekanan kuat pada kesejahteraan para pemegang saham. Ada pula sisi lain yang merupakan subjek dari tata kelola perusahaan, seperti sudut pandang pemangku kepentingan yang menuntut perhatian dan akuntabilitas lebih terhadap pihak-pihak lain selain pemegang saham, misalnya karyawan atau lingkungan.⁴⁰

Pengungkapan dalam tema tata kelola perusahaan adalah statuskepatuhan terhadap syariah, rincian nama dan profil direksi, DPS dan komisaris, laporan kinerja komisaris, DPS, dan direksi, kebijakan remunerasi komisaris, DPS, dan direksi, laporan pendapatan dan penggunaan dana non halal, laporan perkara hukum, struktur kepemilikan saham, kebijakan anti korupsi, dan anti terorisme.

C. Citra Perusahaan

1. Pengertian Citra Perusahaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra adalah gambaran yang dimiliki setiap orang mengenai pribadi perusahaan, organisasi atau produk. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh dunia. Pengertian citra itu abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi dapat dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk seperti penerimaan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari masyarakat luas.⁴¹

⁴⁰ Saktriawan. *Strategi Komunikasi Publik Relations PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015.

⁴¹ Rueslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada, 1998), h.62

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan hanya citra pada produk dan pelayanannya. Sedangkan hal-hal positif yang peningkatan citra perusahaan lebih dikenal dan diterima publiknya adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang kualitas pelayanannya, keberhasilan dalam bidang marketing dan hingga berkaitan dengan tanggungjawab social.⁴²

Jika perusahaan sudah mengalami krisis kepercayaan dari publik atau masyarakat umum maka akan membawa dampak negatif terhadap citranya, bahkan akan terjadi penurunan citra sampai pada titik yang paling rendah.

Menciptakan citra yang positif terhadap perusahaan merupakan tujuan utama bagi seorang Humas atau *Public Relations*. Citra merupakan suatu penilaian yang sifatnya abstrak yang hanya bisa dirasakan oleh perusahaan dan pihak-pihak yang terikat. Citra yang ideal merupakan impresi yang benar, yang sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek, dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara

⁴² *Ibid.*, h.66

langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.⁴³

2. Jenis-jenis Citra Perusahaan

Citra dapat dibagi menjadi empat jenis menurut Frank Jefkins, dalam buku *Essential of Public Relations* yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto⁴⁴. Dalam kutipan tersebut Frank Jefkins menuturkan jenis-jenis citra sebagai berikut:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
- b. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada public eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- c. *The wish image* (citra yang diinginkan), manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi yang lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.
- e. *The compound image* (citra majemuk), yaitu banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan

⁴³ Soemirat Soleh dan Elvinaroo Ardianto. *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004), h.16.

⁴⁴ *Ibid.*,h.117.

atau organisasi dapat memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Variasi citra tersebut harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan harus ditegakkan secara keseluruhan.

3. Proses Terbentuknya Citra Perusahaan

Menurut Soemirat dan Ardianto⁴⁵ citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui nilai citra perlu menelaah persepsi dan sikap seseorang terhadap citra organisasi tersebut. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi informasi yang diterima seseorang. Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang dikuti Danasaputra sebagai berikut :



Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra⁴⁶

⁴⁵ *Ibid.*, h.115.

⁴⁶ *Ibid.*, h.115.

- a. Stimulus : rangsangan (kesan lembaga yang diterima dari luar untuk membentuk persepsi. Sensasi adalah fungsi alat indra dalam menerima informasi dari langganan.
- b. Persepsi : hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang langsung dikaitkan dengan suatu pemahaman, pembentukan makna pada stimulus indrawi.
- c. Kognisi : aspek pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan, ide dan konsep.
- d. Motivasi : kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, dan sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu setiap saat.
- e. Sikap : hasil evaluasi negatif atau positif terhadap konsekuensinya penggunaan suatu objek.
- f. Tindakan : akibat atau respons individu sebagai *organisme* terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun lingkungan.
- g. Respons : tindakan-tindakan seseorang sebagai reaksi terhadap rangsangan atau stimulus.

Pada saat stimulus (rangsangan) diberikan, maka masyarakat akan lanjut ke tahap selanjutnya yakni melakukan persepsi dimana persepsi ini memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai objek. Selanjutnya akan dilakukan kognisi, dimana ia mengerti akan rangsangan yang diberikan. Setelah itu muncul dorongan untuk

melakukan suatu kegiatan tertentu atau biasa disebut dengan motif atau motivasi. Terakhir munculah sikap, yang merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan terdapat perasaan mendalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

4. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Rueslan untuk mengukur citra perusahaan, baik citra positif maupun negatif diperlukan alat ukur untuk mengetahui citra perusahaan tersebut. Ada empat hal yang digunakan sebagai alat pengukur pembentukan citra perusahaan yaitu⁴⁷ :

- a. Kepercayaan: Merupakan kesan, dan pendapat atau penilaian positif khalayak terhadap suatu perusahaan.
- b. Realitas: Menggambarkan suatu yang realitas, jelas terwujud, dapat diukur, dan hasilnya dapat dirasakan di pertanggungjawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis bagi responden.
- c. Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan.: Menggambarkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publiknya.
- d. Kesadaran: Adanya kesadaran khalayak tentang perusahaan dan perhatian terhadap produk yang dihasilkan.

5. Citra dalam Perspektif Ekonomi Islam

Adapun pandangan Islam tentang citra dapat dilihat pada beberapa ayat berikut; Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raf/7: 180 :

⁴⁷ Rueslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada, 1998), h.25

وَلِلَّهِ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ فَادْعُوهُ بِهَا ۖ وَذَرُوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي أَسْمَائِهِ ۚ

سَيُجْزَوْنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٥٨٥﴾

Artinya : *“Hanya milik Allah asma-ul husna[585], Maka bermohonlah kepada-Nya dengan menyebut asma-ul husna itu dan tinggalkanlah orang-orang yang menyimpang dari kebenaran dalam (menyebut) nama-nama-Nya. nanti mereka akan mendapat Balasan terhadap apa yang telah mereka kerjakan.”* (QS. Al-A’raf : 170)⁴⁸

Dalam ayat di atas menunjukkan bahwa Allah SWT memiliki *asmaul husna* yang dengannya manusia dapat memohon. Asmaul husna tersebut menunjukkan sifatsifat Allah SWT dan keagungan-Nya. Dengan asmaul husna manusia dapat mengenal siapa Tuhannya. Asma-asma Allah menjadi gambaran (*image*) manusia tentang Allah SWT dengan berusaha memahami dan mempelajarinya. Dikutip dari Kitab Tafsir Ibnu Katsir bahwa Nabi Muhammad SAW dalam sebuah hadits ketika ditanya menjawab; *Benar, dianjurkan bagi setiap orang yang mendengarnya (asmaul husna) mempelajarinya*.⁴⁹

⁴⁸ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h. 137

⁴⁹ (www.kampungunnah.org, 2 Desember 2018).

Allah SWT berfirman dalam QS al-Ahzab/33: 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah*” (QS. Al-Ahzab : 21)⁵⁰

Sejarah kehidupan Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai manusia yang bercitra baik. Hal itu ditunjukkan dengan ayat di atas, bahwa pada diri Nabi Muhammad SAW telah terdapat teladan yang baik. Individu atau organisasi yang ingin mendapatkan citra yang positif dianjurkan untuk meneladani Nabi Muhammad. Nabi Muhammad Saw dapat diteladani dalam segala ucapan, perbuatan, dan segala epak terjangnya dalam kehidupan. Oleh karena ucapan, perbuatan, dan segala sepak terjangnya menjadi contoh banyak orang Nabi Muhammad mendapat citra positif.

Allah SWT berfirman dalam QS asy-Syuara/26: 181-185:

﴿١٨١﴾ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨٢﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٣﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ

⁵⁰ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.336

مُفْسِدِينَ ﴿١٨٢﴾ وَاتَّقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْجِبِلَّ الْأُولِينَ ﴿١٨٤﴾ قَالُوا إِنَّمَا أَنْتَ

مِنَ الْمُسْحَرِينَ ﴿١٨٥﴾

Artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; Dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu" ; Mereka berkata: "Sesungguhnya kamu adalah salah seorang dari orang-orang yang kena sihir” (QS. Asy-Syuara : 181-185)⁵¹

Ayat di atas mempertegas anjuran tentang keharusan untuk senantiasa memperbaiki diri. Perbuatan yang buruk yang membuat orang lain rugi dapat berakibat buruk pula untuk diri. Individu atau perusahaan yang dapat bermanfaat dan tidak merugikan bagi masyarakat/pelanggan akan memperoleh citra baik dan positif. Dengan meneladani Nabi Muhammad Saw yang memiliki sifat dan perbuatan baik, diharapkan individu dan perusahaan dapat memperoleh citra yang baik di mata masyarakat/pelanggan terlebih lagi di sisi Allah SWT.

D. Public Relation (Humas)

1. Pengertian Public Relation

Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur seorang

⁵¹ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.299

individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.⁵²

Humas merupakan ujung tombak perusahaan atau organisasi, yang mengelolah dan menjalankan suatu informasi untuk perkembangan perusahaan. Dari kata hubungan masyarakat (Humas) yang berarti menjalin suatu hubungan antara manusia satu dengan manusia lainnya. Humas dalam suatu perusahaan yaitu menyediakan segala informasi bagi seluruh staf perusahaan, karyawan perusahaan, pimpinan maupun masyarakat luar, menjembatangi komunikasi antara pimpinan dan staf perusahaan, menimbulkan komunikasi efektif kepada seluruh karyawan perusahaan sehingga menghindari terjadinya *miss communication* yang dapat mengakibatkan konflik atau kinerja yang menurun, namun tugas penting humas dalam organisasi atau perusahaan adalah dimana humas harus membangun, menjaga dan mempertahankan citra suatu perusahaan.

2. Tugas dan Tujuan *Public Relation*

a. Tugas *Public Relation*

Humas atau *Public relations* untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi harus disertai dengan tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Menurut Collin dan Thomas tugas-tugas pokok humas atau *public relations* adalah:⁵³

⁵² Moore. *Public Relations: Principles, Cases, and Problem*. Terjemahan Lilawati Trimo & Deddy Djamiludin Malik (Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2005), h.6.

⁵³ Coulson, Collin-Thomas. *PR: Pedoman Praktis Untuk PR* (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2002), h.18-19.

- 1) Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan atau organisasi, baik perusahaan sendiri maupun perusahaan saingan, juga ancaman dan peluangnya, mendiagnosis masalah-masalah yang dapat dipecahkan melalui sarana-sarana *public relations*, mengidentifikasi masyarakat yang dituju dan saluran-saluran yang paling efektif digunakan untuk menjangkau mereka.
- 2) Memberi nasihat kepada pihak manajemen di semua tingkatan, terutama mengenai perkembangan internal dan eksternal, yang mungkin dapat mempengaruhi reputasi perusahaan atau organisasi dalam hubungannya dengan kelompok-kelompok lain yang menjadi sasaran komunikasi perusahaan atau organisasi tersebut.
- 3) Menjadi ahli *depositor* karena itu harus mengetahui semua aspek komunikasi perusahaan, baik internal maupun eksternal. Dengan cara mempertahankan para ahli, baik yang sudah ada maupun yang baru masuk, sehubungan dengan teknik-teknik yang relevan dan kemudahan-kemudahan serta kontak-kontak yang mungkin digunakan mereka.
- 4) Membuat kontak dengan para pengambil keputusan eksternal yang penting. Selain itu, mengontak pula para pencetus ide dan sumber-sumber informasi lainnya.
- 5) Memastikan arus informasi yang efektif untuk kelompok-kelompok masyarakat yang terpilih, guna memanfaatkan saluran-saluran komunikasi yang cocok untuk mereka, seperti buku, majalah

keluarga, surat kabar, radio, televisi, brosur, wawancara dan lain sebagainya.

- 6) Membentuk komisi-komisi riset untuk proyek-proyek khusus, agar dapat menentukan dan memperkirakan situasi dan masalah, atau untuk mengukur efektivitas program-program dari *public relations* yang telah dilaksanakan.
- 7) Mengevaluasi masalah-masalah dan aktivitas *public relations*, sehingga dapat memberikan laporan-laporan yang teratur kepada pihak manajemen.
- 8) Merencanakan dan memanajemen kegiatan-kegiatan delegasi perusahaan atau organisasi. Misalnya: pameran, kunjungan, pertemuan, dan lain sebagainya.
- 9) Membantu bagian-bagian lain dengan menganalisis masalah-masalah komunikasi, menulis dan menerbitkannya, memberikan keterangan baik dengan *audio-visual* maupun sarana-sarana pendukung lain serta bekerjasama untuk menanggulangi masalah masalah yang telah ditentukan.
- 10) Memastikan seluruh perusahaan atau organisasi dan tidak melakukan sesuatu tindakan yang dapat mencemarkan nama baik perusahaan atau organisasi.

b. Tujuan *Public Relation*

Hubungan masyarakat atau *public relations* pada hakikatnya adalah aktivitas, sehingga tujuan hubungan masyarakat atau *public relations*

dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi. Menurut Frida tujuan humas dapat dirumuskan sebagai berikut.⁵⁴

1) Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi)

Saling pengertian dimulai dari saling mengenal atau mengetahui satu sama lain. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan atau *public relations* harus menunjukkan adanya usaha untuk saling mengenal dan mengerti antara public dan organisasi. Sifat komunikasinya cenderung informatif yaitu dengan memberikan informasi kepada publik tentang organisasi, baik menyangkut isuisu ataupun kegiatan yang diadakan perusahaan atau organisasi.

2) Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)

Untuk mencapai tujuan saling percaya, seorang humas harus menerapkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dengan ketulusan atau kebaikan, seorang humas harus mampu mempersuasi publik untuk percaya kepada perusahaan atau organisasi, sebaliknya juga perusahaan atau organisasi untuk percaya kepada publiknya. Misalnya, hubungan dengan pers, seorang humas memberikan informasi kepada perusahaan atau organisasi dan pers. Seorang humas harus mampu meyakinkan kedua belah pihak untuk dapat menerima dan menghormati

⁵⁴ Frida, Kusumastuti, *Dasar-Dasar HUMAS* (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002), h.20

kepentingan masing-masing. Selain itu juga harus mampu meyakinkan bahwa publisitas yang buruk merupakan suatu halangan bagi pihak perusahaan atau organisasi.

3) Memelihara dan menciptakan kerjasama (Aspek Psikomotoris)

Tujuan berikutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bantuan dan kerjasama nyata. Artinya, bantuan dan kerjasama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan. Misalnya, hubungan dengan pers, seorang humas atau *public relations* sebagai wakil perusahaan atau organisasi senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapatkan informasi dan menghubungi sumber berita, serta bila mungkin humas memberi ide kepada pers.

3. *Public Relation* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam istilah humas belum mendapat terminologi secara spesifik. Hubungan masyarakat masih merupakan bangunan yang belum mendapat proporsi kajian secara menggembirakan, sehingga definisi humas dalam Islam secara spesifik belum ditemukan. Namun demikian bukan berarti Islam tidak menyadari pentingnya humas, Islam menyadari bahwa usaha untuk mencapai kebahagiaan (*al Sa'adah*) tidak dapat dilakukan sendiri, tetapi harus bersama dengan yang lain atas dasar saling menolong (*al Ta'awun*) dan saling melengkapi. Kondisi demikian menurut masykawihakan tercipta apabila sesama manusia saling mencintai (*al*

Tarahum). Setiap pribadi merasa bahwa kesempurnaan dirinya akan terwujud karena kesempurnaan yang lain.

Orang Islam adalah seperti sebuah bangunan yang saling melengkapi. Atas dasar itu maka setiap individu menjadi salah satu bagian dari yang lainnya. Manusia menjadi kuat karena kesempurnaan anggota-anggota badannya. Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan kondisi yang baik dari luar dirinya. Sebaik-baik manusia adalah orang yang berbuat baik kepada keluarga dan orang-orang yang masih ada kaitan dengannya, mulai dari saudara, anak yatim atau orang lain yang ada hubungannya. Dalam konsep Islam lebih dikenal dengan *ta'aruf* (saling mengenal), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mengasihi), *ta'awun* (saling kerjasama), dan *tanafi'un* (saling memberi manfaat).

Al Qur'an adalah kitab suci yang berisi petunjuk dari Allah bagi umat manusia, karena itu subjek utamanya adalah pengkajian terhadap manusia beserta bentuk-bentuk kehidupan sosialnya. Agar petunjuk ini menjadi sukses, maka suatu hal yang sangat penting ialah bahwa petunjuk itu harus mengandung pengetahuan yang menyeluruh mengenai masalah-masalah sosial manusia, wataknya dan sisi tradisi sosial, moral dan agama, nilai-nilai dan cara hidup mereka. Pendek kata, seluruh sikap hidup dan lapangan kegiatan terdapat petunjuknya dalam kitab suci Allah Qur'an yang telah mengajarkan dan menganalisa prinsip-prinsip fundamental yang mengatur, mempengaruhi dan membentuk manusia menjadi makhluk yang sempurna dan mulia diantara makhluk-makhluk lainnya. Demikian juga

ide, nilai, institusi bahkan konse-konsep moral dan spiritual manusia diuraikan dalam Al Quran.

Dengan demikian, disamping sebagai petunjuk, Al Qur'an juga member pelajaran ilmu pengetahuan sosiologi, yaitu berisi pelajaran dan bimbingan mengenai hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Pencipta (hablum minallah) dan manusia dengan manusia (hablum minannas) bagaimana tolong-menolong, saling menasehati tentang hak dan kesabaran, kesetiakawanan, egaliter (kesamaan), tenggang rasa dan kebersamaan.

Dalam rangka menjalin kerjasama yang baik harus selalu dijaga kekompakan dan tidak boleh bercerai-berai. Firman Allah QS. Ali Imran: 104-105:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾ وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ

بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١٠٥﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung; Dan janganlah kamu menyerupai orang-orang yang bercerai-berai dan berselisih sesudah datang keterangan yang jelas kepada mereka. mereka Itulah orang-orang yang mendapat siksa yang berat” (QS. Ali-Imran : 104-105)⁵⁵

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.50

Ayat ini menjelaskan tentang kerjasama dengan orang banyak dalam lembaga atau instansi tertentu yaitu Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar, agar membuahkan hasil yang memuaskan perlu diorganisir. Begitu juga dalam lembaga pendidikan Islam bahwa pengorganisasian hubungan masyarakat sangat penting dalam rangka mengembangkan instansi untuk menuju pada kebersamaan dalam kesatuan kemanusiaan dan juga terhadap keberbedaan agar tidak terjadi dinamika, maka diperluanlah hubungan antara individu atau kelompok masyarakat melalui pengenalan (*ta'aruf*), dengan ini diharapkan muncul pemahaman (*tafahum*).

Dalam mengatur hubungan masyarakat, Islam mengajarkan beberapa prinsip pokok, yaitu:

a. Persamaan (*Al-Musawamah*)

Prinsip persamaan ini telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW lebih dari seribu tahun sebelum meletusnya revolusi Perancis yang mengumandangkan semboyan persamaan (*egalite*). Menurut ajaran Islam manusia itu pada hakikatnya sama karena sama-sama keturunan Nabi Adam dan Hawa, yang ditakdirkan oleh Allah SAW menghuni bumi dengan misi sebagai khalifah.

b. Persaudaraan (*Ukhuwah*)

Semua muslim itu saudara; prinsip ini dengan sendirinya mengatasi adanya perbedaan bangsa, ras, suku bangsa dan status sosial. Prinsip persaudaraan ini di dalam hubungan anatar sesama muslim itu disebut

saudara seagama Sekalipun para muslim itu berbeda status sosialnya masing-masing, baik yang kaya, miskin, penguasa, maupun rakyat biasa harus dianggap saudara. Seperti dasar QS.Al-Hujurat : 10, di bawah ini:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ



Artinya : *“Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”* (QS. Al-Hujurat : 10)⁵⁶

Ayat ini menjelaskan tentang berbeda status sosial masing-masing manusia, prinsip persaudaraan harus dipegang teguh dalam perilaku sehari-hari dalam memberikan penilaian kepada manusia.

c. Cinta Kasih

Cinta kasih yang disebut juga dengan istilah *muwadolah* atau *marhamah*, yaitu saling mencintai atau menyayangi sesama manusia, manusia yang diciptakan oleh Allah sebagai makhluk yang paling mulia dan yang paling sempurna dari pada makhluk-Nya yang lain. oleh karena itu, sepantasnya jika manusia saling cintamencintai dan saling memuliakan antar sesama.

⁵⁶ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.412

Oleh karena itu, setiap pemimpin dan setiap manajer, baik di lembaga pemerintahan maupun di sekolah semua wajib menerapkan kasih sayang terhadap semua staf dan karyawan yang ada di dalam instansi tersebut sehingga dapat terjalin ukhuwah yang baik antara pimpinan dengan staf dan karyawan. Namun dalam menjalin ukhuwah antara staf dengan pimpinan terkadang ada juga staf yang menunjukkan kinerja yang baik dengan tujuan mendapat pujian dari pimpinan.

Dalam terminologi agama, ada istilah yang cukup mendekati pencitraan, yaitu *riya* (pamer). *Riya* adalah menampakkan amal kebaikan atau ibadah kepada orang-orang dengan tujuan agar mendapat pujian. *Riya* adalah penyakit hati, yang justru akan menjerumuskan pelakunya ke dosa besar. *Riya* adalah lawan dari ikhlas dan termasuk *syirik asghar*. *Riya* menyebabkan amal ibadah dan kebaikan seseorang menjadi tidak bernilai di mata Allah, sebab salah satu syarat ibadah adalah *ikhlas*.

Rasulullah sangat melarang tindakan *riya*, antara lain:

“Barang siapa sholat dengan *riya*, maka ia benar-benar telah menyekutukan-Nya. Barangsiapa berpuasa dengan *riya*, maka ia benar-benar telah menyekutukan-Nya. Barangsiapa bersedekah dengan *riya*, maka ia benar-benar telah menyekutukan-Nya. Sesungguhnya Allah berfirman, 'Aku adalah sebaik-baik pengambil bagian bagi orang yang membuat sekutu kepadaku. Barangsiapa membuat sekutu kepada Ku dengan sesuatu, maka kebaikan amalnya – sedikit dan banyaknya adalah untuk sekutunya yang ia sekutukan kepada-Ku dengannya. Aku adalah Maha Cukup untuk tidak menerimanya.’” (HR. Ahmad).⁵⁷

⁵⁷ HR. Ahmad.

Artinya menjelaskan bahwa Pamer dapat mendegradasi kualitas kerja seseorang dimata Tuhan, bahkan juga dapat berimplikasi pada kinerja yang mengharapkan *simbiosis mutualisme* dalam aspek materi. Sehingga karakter kerja pamer atau pencitraan yang dibuat-buat akan bersifat temporal, ketika ia ingin populer saja melakukan hal-hal yang baik atau sesuatu yang teramat baik. Akan tetapi ketika ia tidak menginginkan kepopuleran, maka ia akan berlaku biasa-biasa saja. Pencitraan dalam dunia apapun, dalam kehidupan sehari-hari merupakan sesuatu yang didominasi oleh motivasi ingin dikenal, ingin dianggap baik, ingin dianggap peduli dan keinginan-keinginan lainnya. Padahal sifat baik dan bagus itu dapat dilakukan tanpa harus dengan pencitraan, akan tetapi cukup dengan melakukan hal sewajarnya serta alami sesuai dengan tabiat asli sebelum menjadi apa-apa. Karena sifat baik yang dibuat-buat tidak akan permanen, sedangkan sifat baik yang alami dan wajar itu akan permanen tanpa dipengaruhi oleh kondisi sosial dan tempat.

Maka, pencitraan dalam sebuah instansi dapat menjadi sebuah strategi jitu dan cerdas untuk mendapatkan popularitas atau suatu tujuan, akan tetapi dalam perspektif agama, pencitraan lebih dominan dengan aspek *riya* dan konsekuensi logis adalah segala yang dilakukan akan sia-sia serta tidak termanifestasi sebagai sebuah amal yang terekam oleh Allah.

Dan orang yang seperti ini cenderung tidak akan pernah cukup dengan sesuatu yang pernah diraihinya :

“Barang siapa yang niatnya adalah untuk menggapai akhirat, maka Allah akan memberikan kecukupan dalam hatinya, Dia akan menyatukan keinginannya yang tercerai berai, dunia pun akan dia peroleh dan tunduk hina padanya. Barang siapa yang niatnya adalah untuk menggapai dunia, maka Allah akan menjadikan dia tidak pernah merasa cukup, akan menceraikan keinginannya, dunia pun tidak dia peroleh kecuali yang telah ditetapkan baginya”. (HR. Tirmidzi no. 2465).⁵⁸

Terjemahan ini menjelaskan bahwa apabila kita melakukan segala sesuatu dengan ikhlas demi akhirat maka apapun itu pasti akan tercapai dengan izin Allah tetapi apabila kita melakukannya sekedar untuk duniawi maka kita tidak akan pernah puas dengan apa yang kita capai. Demikian halnya dalam rangka untuk meningkatkan citra apabila hanya mengharapkan pujian maka tidak akan mendapatkan hasil yang memuaskan.

E. Koperasi

1. Tinjauan Umum Tentang Koperasi

a. Pengertian Koperasi

Koperasi secara etimologi berasal dari kata *cooperation*, terdiri dari *co* dan *Operation*. *Co* artinya bersama dan *Operation* artinya

⁵⁸ HR. Tiirmidzi no.2465.

bekerja atau berusaha. Jadi, icooperation adalah bekerja bersama-sama atau usaha bersama untuk kepentingan bersama.⁵⁹

Koperasi merupakan badan hukum yang melakukan kegiatan usaha yang didirikan orang yang memiliki usaha sejenis, yang mempersatukan dirinya secara sukarela, dimiliki bersama, dan dikendalikan secara demokratis untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi.⁶⁰

Kutipan dalam buku statistic bahwa ""koperasi adalah wadah perekonomian rakyat"", dan „koperasi adalah soko guru perekoniman Indonesia.⁶¹

b. Landasan Hukum Koperasi

Untuk mendirikan koperasi yang kokoh perlu adanya landasan tertentu, landasan ini merupakan suatu dasar tempat berpijak yang memungkinkan koperasi untuk tumbuh dan berdiri kokoh dan serta berkembang dalam pelaksanaan usahanya untuk mencapai tujuan dan cita-citanya. Landasan-landasan koperasi terbagi 3 yaitu :

- 1) Landasan Idil Koperasi, merupakan dasar atau landasan yang digunakan dalam usaha untuk mencapai cita-cita koperasi. Adapun landasan idil Negara Republik Indonesia yaitu Pancasila.

⁵⁹ Sukwiaty,Sukamto Slamet,Kardiman,Agus Suranto, *Ekonomi 3* (Cet. 1; Jakarta: PT Gelora Aksara Pemanan, 2007), h. 173

⁶⁰ Muslimin Nasution, *Koperasi Menjawab Kondisi Ekonomi Nasional* (Cet. 1; Jakarta: PIP dan LPEK,2008), h. 6

⁶¹ Choiril Maksum, *Statistik Lembaga Keuangan*, (Badan Pusat Statistik: JakartaIndonesia, 2004), h. 82.

- 2) Landasan Struktural dan gerak koperasi indonesia, merupakan tempat berpijak koperasi dalam susunan hidup masyarakat. Landasan struktural koperasi adalah undang-undang dasar 1945 sedangkan pasal 33 ayat (1) merupakan landasan gerak koperasi artinya agar ketentuan-ketentuan terperinci tentang koperasi Indonesia harus berlandaskan dan bertitik tolak dari jiwa pasal 33 ayat (1) undang-undang dasar 1945.
- 3) Landasan Mental koperasi indonesia, yaitu setia kawan dan kesadaran berpribadi.⁶²

c. Jenis-jenis Koperasi

Berbagai jenis koperasi lahir seiring dengan aneka jenis usaha untuk memperbaiki kehidupan. Secara garis besar jenis koperasi yang ada dapat kita bagi menjadi 5 golongan :

- 1) Koperasi Konsumsi, merupakan koperasi yang anggota-anggotanya terdiri dari tiap-tiap orang yang mempunyai kepentingan langsung dalam lapangan konsumsi.⁶³
- 2) Koperasi Kredit atau koperasi simpan pinjam, merupakan koperasi bergerak dalam lapangan usaha pembentukan modal melalui tabungan-tabungan para anggota secara terus menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota dengan cara mudah, murah, cepat, dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan.

⁶² Pnadjani Anaroga dan Ninink Widayanti, *Dinamika Koperasi* (Cet. V; Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 12.

⁶³ Kun Maryati, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Edisi.I (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2005), h. 12.

- 3) Koperasi produksi, merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang kegiatan ekonomi pembuatan dan penjualan barang-barang baik yang dilakukan oleh koperasi sebagai organisasi maupun orang-orang anggota koperasi.
- 4) Koperasi Jasa, merupakan koperasi berusaha dibidang penyediaan jasa tertentu bagi para anggota maupun masyarakat umum.
- 5) Koperasi Serba Usaha/ koperasi unit desa, merupakan koperasi yang anggotanya adalah orang-orang yang bertempat tinggal atau menjalankan usahanya di wilayah unit desa yang merupakan daerah kerja KUD.⁶⁴

d. Sumber Dana Koperasi

Modal dalam perkumpulan koperasi terbagi atas 3 yaitu :

- 1) Dari anggota-anggotanya sendiri berupa simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela berjangka. Yang mana simpanan pokok merupakan simpanan yang sudah ditentukan jumlahnya dan sama besarnya bagi setiap anggota, simpanan wajib merupakan simpanan yang sudah ditentukan jumlahnya dan wajib disimpan oleh setiap anggota pada waktu tertentu dan kesempatan tertentu, sedangkan simpanan sukarela berjangka adalah simpanan yang dilakukan secara sukarela baik jumlahnya maupun jangka waktunya.⁶⁵

⁶⁴ Pnadjani Anaroga dan Ninink Widayanti, *Dinamika Koperasi*, (Jakarta : Gramedia, 2005), h.18.

⁶⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Ed. IV (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998) h. 271.

- 2) Dari hasil usaha koperasi yang diperoleh tiap tahun setelah diadakan perhitungan rugi laba akan diketahui beberapa rugi laba akan diketahui berapa sisa hasil usaha (keuntungan bersih). Menurut anggaran dasar sekurangnya 25% dari sisa hasil usaha itu harus disisihkan dan dimasukkan kedalam cadangan. Maksud diadakan cadangan antara lain ialah untuk menutupi kerugian apabila hal itu terjadi, namun dalam pengalaman tampak bahwa uang cadangan hampir tidak pernah digunakan untuk menutup kerugian oleh sebab itu peraturan menentukan bahwa uang cadangan dapat digunakan juga sebagai modal.
- 3) Dana dari luar yaitu pinjaman yang diperoleh dari Bank tetapi dapat juga dari pihak lainnya.⁶⁶

2. Tinjauan Umum Tentang Koperasi Syariah

a. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi syariah adalah usaha ekonomi yang terorganisir secara mantap, demokratis, otonom partisipatif, dan berwatak social yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip yang mengusung etika moral dan memperhatikan halal atau haramnya sebuah usaha yang dijalankannya sebagaimana diajarkan dalam Islam.⁶⁷

b. Landasan Hukum Koperasi Syariah

Yang menjadi landasan hukum koperasi syariah adalah Al-Quran dan Al-Hadits :

⁶⁶ Ninik Widiyanti dan Sunindhia, *Koperasi dan Perekonomian Indonesia* (Cet. V; Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 132.

⁶⁷ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah* (Sidoarjo: Mashun, 2009), h. 12.

1) Al-Quran

Al-Quran adalah wahyu atau firman Allah yang diturunkan kepada nabi SAW melalui perantara malaikat jibril, sebagai pedoman hidup ummat manusia. Hal ini tersirat dalam surah QS Al-Baqarah/2:208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”* (QS. Al-Baqoroh : 208)⁶⁸

Ayat ini menjelaskan tentang Allah memetakan jenis-jenis manusia berdasarkan orientasi hidupnya, kini Allah meminta kepada orang-orang beriman untuk memilih yang terbaik. Benar, Allah memberikan kebebasan untuk memilih, dalam pengertian boleh memilih apa saja, tetapi Dia tidak membiarkan kita bingung dan tersesat di tengah pilihan-pilihan itu. Untuk itu, melalui ayat ini, Allah membimbing manusia dalam mencari pilihan yang terbaik. Dalam surah QS Al-Maidah/5: 2.

⁶⁸ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.25

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا أَهْدَى
وَلَا الْقَلْبِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ
وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٦٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannyadan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah : 2)⁶⁹

Ayat ini menjelaskan mengenai orang yang bermaksiat kepada-Nya dan berani mengerjakan apa yang diharamkan oleh

⁶⁹ Departemen Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, Diponegoro, 2010), h.85

Allah SWT. Oleh karena itu, berhati-hatilah terhadap yang diharamkan agar kamu tidak mendapatkan siksaanNya cepat atau lambat.

2) Al-Hadis

Al-Hadits adalah segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi SAW, selain Al-Quran Al-Karim baik berupa perkataan, perbuatan, maupun taqrir nabi yang bersangkutan-paut dengan hukum syara.

Dari Ibnu Abbas Rasulullah SAW bersabda yang artinya :

الثمار في يسلفون وهم المدينة وسلم عليه الله صلى النبي قدم: قال -عنهما الله رضي- عباس ابن عن

(مَلُومٌ َ أَجَلٌ إِلَى مَعْلُومٍ وَوَزَنٌ مَعْلُومٌ كَيْلٌ فِي فُلَيْسَلَفٍ تَمَرٌ فِي أَسْلَفٍ مِنْ) :فَكَالَ ,وَالسَّنَتَيْنِ السَّنَةِ

هـ عليه متفف

Artinya: “Ibnu Abbas berkata: Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam datang ke Madinah dan penduduknya biasa meminjamkan buahnya untuk masa setahun dan dua tahun. Lalu beliau bersabda: "Barangsiapa meminjamkan buah maka hendaknya ia meminjamkannya dalam takaran, timbangan, dan masa tertentu." Muttafaq Alaihi.⁷⁰

Rasulullah SAW mengajarkan kepada kita betapa pentingnya membayar utang atas pinjaman yang telah diberikan. Koperasi merupakan unit usaha yang memberikan pinjaman kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf kehidupan namun

⁷⁰ Hidayat, Dani, *Bulugul Maram Min Adillatil Ahkam*, Kompilasi CHM (Tasikmalaya: Al-hidayah, 2008), h.78

tidak luput dari kewajiban masyarakat untuk membayar pinjaman tersebut.

Lembaga BMT yang memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama yaitu “dari anggota oleh anggota untuk anggota” maka berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tersebut berhak menggunakan badan hukum koperasi, letak perbedaannya dengan koperasi konvensional (non syariah) salah satunya terletak pada teknis operasionalnya saja, koperasi syariah mengharamkan bunga dan mengusung etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan usahanya.

Dari segi Masa BMT adalah sebuah kelompok simpan pinjam (KSP) atau kelompok swadaya masyarakat (KSM) berbentuk prakoperasi atau koperasi dan koperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam.⁷¹

c. Tujuan dan Karakteristik Koperasi Syariah

Tujuan sistem Koperasi Syariah yaitu mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai norma dan moral Islam, menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota, pendistribusian pendapat dan kekayaan yang merata sesama anggota berdasarkan kontribusinya, serta kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang didasarkan pada pengertian bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada

⁷¹ Abdul Azis dan Mariyah Ulfah, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer* (Cet 1; Bandung: Alfabeta, 2010), h. 117.

Allah. Disisi lain Kegiatan Usaha pembiayaan anggota dalam bentuk tidak tunai dapat dikategorikan sebagai unit simpan pinjam.

Karakteristik koperasi syariah sebagai berikut :

- a. Mengakui hak milik anggota terhadap modal usaha
- b. Tidak melakukan transaksi dengan menetapkan bunga (riba) berfungsi institute *zusuwaf*
- c. Mengakui mekanisme pasar yang ada
- d. Mengakui motif mencari keuntungan
- e. Mengakui kebebasan berusaha
- f. Mengakui adanya hak yang sama.⁷²

d. Sumber dana Koperasi Syariah

Upaya menumbuh kembangkan usaha koperasi syariah maka para pengurus harus memiliki strategi pencarian dana. Sumber dana dapat diperoleh dari anggota, pinjaman, atau dana-dana yang bersifat hibah atau sumbangan. Semua jenis sumber dana tersebut dapat diklafikasikan sifatnya ada yang komersil, hibah, sumbangan atau sekedar titipan saja. Secara umum dana koperasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Simpanan Pokok

Simpanan pokok merupakan modal awal anggota yang disetorkan dana besar simpanan pokok tersebut sama dan tidak boleh dibedakan antara anggota. Akad syariah simpanan pokok

⁷²Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah*, h. 18-23.

tersebut masuk kategori simpanan *musyarakah*, konsep pendirian koperasi syariah tepatnya menggunakan konsep *syirkah mufawadhoh* yakni sebuah usaha yang didirikan secara lebih dan dalam porsi yang sama dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula. Masingmasing partner saling menanggung satu sama lain dalam hak dan kewajiban, dan tidak diperkenankan salah seorang memasukkan modal yang lebih besar dan memperoleh keuntungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan anggota lainnya.

2) Simpanan Wajib

Simpanan wajib masuk dalam kategori modal koperasi sebagaimana simpanan pokok besar kewajibannya diputuskan berdasarkan hasil musyawarah anggota serta penyetorannya dilakukan secara kontinyu setiap bulannya sampai seorang dinyatakan keluar dari keanggotaan koperasi syariah.

3) Simpanan Sukarela

Simpanan anggota yang merupakan bentuk investasi dari anggota atau calon anggota yang memiliki kelebihan dana kemudian menyimpannya di koperasi syariah. Bentuk simpanan sukarela ini memiliki 2 jenis karakter antara lain :

- a) Karakter pertama bersifat dana titipan yang disebut (Wadi'ah) dan dapat diambil setiap saat. Titipan terbagi atas 2 macam yaitu titipan amanah dan titipan yad dhomanah.

- b) Karakter kedua bersifat investasi yang memang ditujukan untuk kepentingan usaha dengan mekanisme bagi hasil (*mudharabah*) baik revenue sharing, profit sharing, maupun lost sharing.

4) Investasi Pihak Lain

Melakukan sebuah kegiatan operasional lembaga koperasi syariah sebagaimana koperasi konvensional pada umumnya, biasanya selalu membutuhkan suntikan dana segar agar dapat mengembangkan usahanya secara maksimal. Prospek pasar koperasi syariah amat besar sementara simpanan anggotanya masih sedikit dan terbatas. Oleh karenanya diharapkan dapat bekerja sama dengan pihak-pihak lain seperti bank syariah maupun Program-Program pemerintah, investasi pihak lain ini dapat dilakukan dengan menggunakan prinsip *mudharabah* maupun prinsip *musyarakah*.⁷³

e. Perbedaan Koperasi Konvensional dan Koperasi Syariah

Koperasi konvensional lebih mengutamakan mencari keuntungan untuk kesejahteraan anggota, baik dengan cara tunai atau membungakan uang yang ada pada anggota. Para anggota yang meminjam tidak dilihat dari sudut pandang penggunaanya hanya melihat uang pinjam kembali ditambah dengan bunga yang tidak didasarkan kepada kondisi hasil usaha atas penggunaan uang

⁷³ Nur S. Buchori, *koperasi Syariah*, h. 28-31

tadi. Bahkan bisa terjadi jika ada anggota yang meminjam untuk kegiatan sehari-hari, maka pihak koperasi memberlakukannya dengan meminjam lainnya yang penggunaanya untuk usaha yang produktif dengan mematok bunga sebagai jasa koperasi.

Koperasi syariah hal ini tidak dibenarkan karna setiap transaksi (*tasharruf*) didasarkan atas penggunaan yang efektif apakah untuk pembiayaan atau kebutuhan sehari-hari. Kedua hal tersebut diperlukan secara berbeda untuk usaha produktif misalnya, anggota akan berdagang maka dapat menggunakan prinsip bagi hasil (*musyarakah* atau *mudharabah*) sedangkan untuk pembelian alat transportasi atau alat-alat lainnya dapat menggunakan prinsip jual-beli (*murabahah*).⁷⁴

F. Penitlan Terdahulu

Dalam penelitian ini, langkah awal yang dilakukan penulis adalah mengamati skripsi-skripsi yang ada pada perpustakaan UIN Raden Intan Lampung maupun jurnal penelitian yang terkiait. Lalu ditemukan beberapa judul yang sama dengan apa yang akan diteliti, yang kemudian menjadi rujukan awal sebagai langkah dalam penelitian ini.

⁷⁴ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah*. h. 23-25

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Kesimpulan
1.	Farida	Analisis Pengaruh Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Sosial di BMT Harapan Umat Kudus	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris mengenai pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Goal</i> , <i>Corporate Social Issue</i> , <i>Corporate Social Program</i> terhadap kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil penelitian dan analisis dapat diketahui bahwa yang pertama, terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Corporate Social Responsibility Goal</i> (X1) terhadap kesejahteraan masyarakat (Y). kedua, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Corporate Social Issue</i> (X2) terhadap kesejahteraan masyarakat (Y). ketiga, terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Corporate Social Program</i> terhadap kesejahteraan masyarakat (Y). ⁷⁵
2.	Syaniatul Wida	Analisis Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT. Telkom Majapahit	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah implementasi dari program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan sifat penelitian asosiatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel program CSR berpengaruh secara positif dan

⁷⁵Farida, “Analisis Pengaruh Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Sosial DI BMT Harapan Umat Kudus”, (Jurnal Iqtishadia, Vol. 7, No. 2, September 2014).

		Bandar Lampung)	signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. ⁷⁶
3	Yuniarti Wahyunin grum, Irwan Noor, Abdul Wachid	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)	Penelitian ini bertujuan untuk mengukur signifikansi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap peningkatan pemberdayaan masyarakat., dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel sosial, ekonomi, dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat. ⁷⁷
4	Aisyah Amini	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Implementasi Csr Pt. Pertamina Geothermal Energy (Pge) Desa Pagar Alam Dan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Program CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, Hal ini ditunjukkan dengan perolehan hasil uji t yaitu sebesar 4,813 $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 4.531 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ 4.813 > 2,017) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) di desa Pagar Alam dan untuk desa ngarip perolehan hasil uji t yaitu sebesar 5.303 ($t_{hitung} > t_{tabel}$

⁷⁶Syaniatul Wida, "Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Jurusan Ekonomi Syari'ah, FEBI, UIN Raden Intan, Lampung, 2017).

⁷⁷Yuniarti Wahyunin grum dkk, "Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat", (Jurnal Administrasi Publik (J AP), Vol. 1, No, 5).

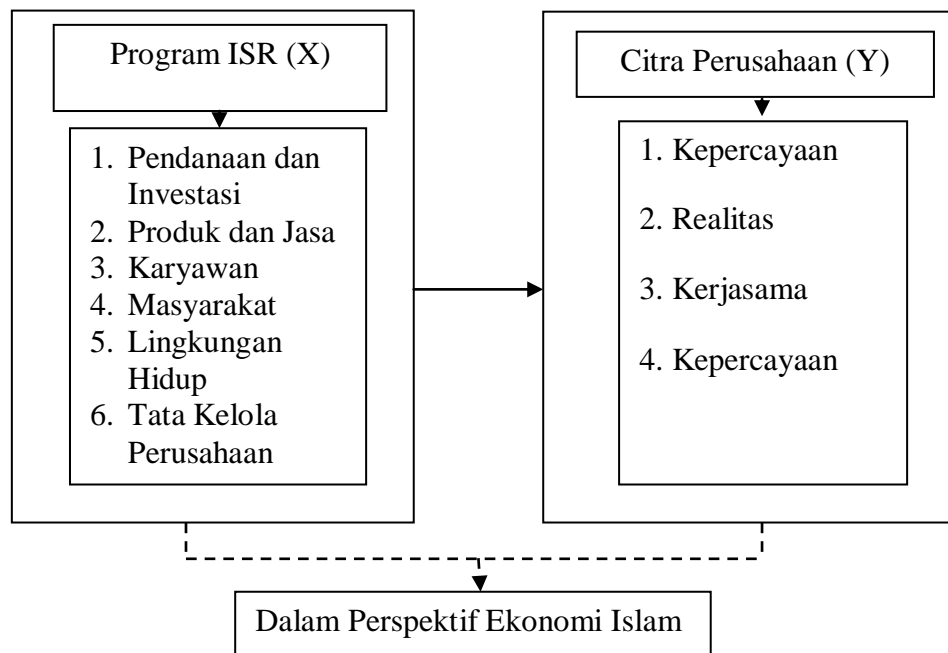
		Desa Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)	5.303 > 2,017) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R ²) diperoleh hasil 0,350 untuk desa Pagar Alam dan 0,401 untuk desa Ngarip, dengan demikian sumbangan pengaruh variabel (X) Program CSR terhadap variabel (Y) Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat adalah sebesar 35% di desa Pagar Alam dan 40% di desa Ngarip dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam pelaksanaan CSR PT. Pertamina Geothermal Energy Area Ulubelu sesuai dengan prinsipnya yaitu keseimbangan dan tanggung jawab dalam bisnis. ⁷⁸
--	--	---	--

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel Y yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya variabel Y yang digunakan menggunakan kesejahteraan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan citra perusahaan sebagai akibat dari pengaruh program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan. Dan yang menjadi perbedaan utama dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang dilakukan.

⁷⁸ Aisyah Amini, “Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi Jurusan Ekonomi Syari’ah, FEBI, UIN Raden Intan, Lampung, 2018).

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir yang dapat diajukan untuk menunjukkan adanya pengaruh antara *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Citra Perusahaan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran di atas dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi-persepsi keterkaitan antara variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh program ISR berupa Pendanaan dan Investasi, Produk dan jasa, Karyawan, Masyarakat, Lingkungan hidup dan tata kelola perusahaan terhadap Citra Perusahaan.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data⁷⁹. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris dengan data. Di bawah ini adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

Sebuah hipotesis yang diajukan memiliki fungsi yang sangat penting dalam suatu penelitian, yakni memberikan arah yang jelas terhadap pelaksanaan penelitian berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu, berfungsi sebagai pemberi arah yang jelas terhadap pelaksanaan penelitian.

1. Pengaruh Implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat Utama

Menurut Weiwei (2007), *Corporate Image* adalah kesan-kesan yang dimiliki oleh publik terhadap perusahaan. Jefkins menyatakan bahwa *Corporate Image* adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya.

Sedangkan menurut Ruslan, *Corporate Image* bersifat abstrak tetapi

⁷⁹Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (Bandung : Alfabeta, 2012), h.96.

wujudnya bisa dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda penghargaan dan rasa hormat dari publik terhadap perusahaan yang dilihat sebagai suatu badan usaha yang baik, dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik.

Teori tersebut didukung oleh penelitian Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, Abdul Wachid Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan) Penelitian ini bertujuan untuk mengukur signifikansi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap peningkatan pemberdayaan masyarakat., dengan menggunakan metode kuantitatif.

Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel sosial, ekonomi, dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah ada, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Program *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat Utama

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.¹

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*Mixed Metode*). Metode penelitian kombinasi (*mixed metode*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable dan objektif.²

Sedangkan untuk penelitian ini, maka peneliti akan mendatangi langsung tempat penelitian yaitu di BTM Bina Masyarakat Utama Cabang Bandar Lampung.

¹Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), h.112.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 404.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *Sequential Explanatory*. Model penelitian *Sequential Explanatory design* dicirikan dengan melakukan pengumpulan data dan analisis data kuantitatif pada tahap pertama, dan diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap kedua, guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan pada tahap pertama.³

B. Sumber Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber datapertama, baik dalam bentuk dokumen maupun suatu peristiwa yang pernah terjadi.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada masyarakat yang menerima bantuan dan merasakan langsung implementasi dari program ISR PT BTM BiMU.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang pada mulanya dikumpulkan untuk suatu tujuan lain di luar penelitian dimaksudkan sebagai pengetahuan ilmiah. Namun masih berkaitan dengan masalah ISR dan Citra Perusahaan dalam perusahaan tersebut.

³ *Ibid*, h. 409.

⁴ Winarno Surakhmad, *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*, Ed 7 (Bandung: Tarsito, 1994), h. 134.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang merasakan manfaat dari program ISR yang dilakukan oleh BTM Bina Muda pada tahun 2017 yaitu masyarakat yang berada di lingkungan sekitar BTM Bina muda Bandar Lampung yaitu Kelurahan Way Dadi, Sukarame, Bandar Lampung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan cirri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu.⁶ Ciri-ciri yang khusus yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bahwa yang berhak menjadi sampel adalah

1. Masyarakat yang merasakan manfaat dari program ISR yang dilakukan.
2. Masyarakat yang mengetahui Program ISR yang dilakukan.

⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2015), h. 80.

⁶*Ibid*, h. 88.

3. Masyarakat yang menjadi nasabah BTM Bina Masyarakat Utama
Bandar Lampung

Jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan *Slovin* seperti dikutip dalam buku V. Wiratna Sujarweni adalah sebagai berikut: Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1+(nxe^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e² = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan
pengambilan sampel (1%, 5%, 10%)

Berdasarkan rumus slovin diatas, adapun sampel yang digunakan pada penelitian inii, sebagai berikut:

$$n = \frac{115}{1+(115 \times 0,05^2)}$$

Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak
88 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan jalan sepihak yang dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.

Wawancara ini penulis lakukan secara bertahap dengan :

- 1) Karyawan BTM BiMU
- 2) Nasabah BTM BiMU

2. Angket (Kuisisioner)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷ kuisisioner dalam penelitian ini ialah dengan cara menyebar pernyataan kepada responden atau masyarakat yang telah ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini, sehingga responden dapat memberikan jawabanya atas pernyataan secara tertulis tersebut.

Adapun skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

⁷Sugiyono, Metode Penelitian....., h.142.

Tabel 3.1
Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-Ragu (RG)
2	Kurang Setuju (KS)
1	Tidak Setuju (TS)

3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dokumen seperti catatan-catatan, transkrip buku. Semua dokumen tersebut merupakan dokumen yang berkaitan dengan masalah peran ISR dalam membentuk citra perusahaan.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Sesuai dengan judul yang ada maka dalam penelitian ini didapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini

⁸*Ibid*, h.38.

Islamic Social Reporting (ISR). Menurut Davis dan Frederick mengatakan bahwa ISR adalah sebagai kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil sebagian laba dalam kegiatan usaha yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan disamping kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan organisasi itu sendiri.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan. Menurut Soleh Soemirat, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator
1	ISR (X) Menurut Davis dan Frederick mengatakan bahwa ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Sumber : Busyra Azheri, Corporate Social Responsibility dari Voluntari Menjadi Mandatory (Jakarta: Rjawali Pers, 2012)	a. Pendanaan dan Investasi b. Produk dan Jasa c. Karyawan d. Masyarakat e. Lingkungan Hidup f. Tata Kelola Perusahaan

2	CITRA (Y) Citra adalah jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi, kelompok orang atau yang lainya yang ia kehendaki.	a. Kepercayaan b. Realitas c. Kerjasama d. Kesadaran
---	---	---

F. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Statistik Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁸¹ Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata dari hasil uji pengaruh implementasi atau pelaksanaan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dilakukan terhadap Citra Perusahaan.

1. Uji Validitas Kuisioner

Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila instrument pengumpulan data yang digunakan mampu mengukur apa yang akan diukur, maka data yang dihasilkan dapat dinyatakan valid. Dalam melakukan uji validitas ini,

peneliti akan menggunakan metode komputerisasi SPSS dengan teknik pengujian *bivariate pearson* (produk momen pearson).⁹

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikasi koefisien pada taraf signifikasi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkolerasi signifikan terhadap skor total atau instrument dinyatakan valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas Kuisiomer

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisiomer yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.¹⁰ suatu alat ukur dapat dikatakan reliabilitas atau dapat dipercaya, apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisiomer reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuisiomer reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau bawah 0,60.¹¹

⁹Dewi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), h. 90.

¹⁰Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h. 47.

¹¹Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen Teori, Kuisiomer, Alat dan Analisis Data* (Yogyakarta: CAPS, 2014), h.125.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau normal sama sekali. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikasinya. Jika signifikasinya $> 0,05$ maka distribusi normal dan sebaliknya jika signifikasi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linear sederhana. Dalam analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi linear sederhana digunakan oleh peneliti karena penelitian ini bermaksud menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel faktor penyebab (X) terhadap Variabel akibatnya (Y).

$$Y = a + \beta x$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Citra Perusahaan)

X = Variabel independen (*Islamic Social Reporting/ISR*)

a = Konstanta

β = Koefesien regresi

b. Uji t Parsial

Uji statistik linear sederhana digunakan untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefesien regresinya.

Untuk regresi linear sederhana uji statistik dengan uji T. Uji statistik T digunakan untuk mengetahui pengaruh individu masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) dengan taraf nyata (α) yang biasa digunakan adalah 5% atau 0,05 maka, dengan menggunakan SPSS:

H_0 diterima : jika angka signifikan lebih besar dari $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak : jika angka signifikan lebih kecil dari $\alpha = 5\%$

Kesimpulan :

1) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

2) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak.

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui presentase kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total

variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi. Dalam analisis ini digunakan analisis regresi linear sederhana yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara pengaruh program *Islamic Social Reporting* terhadap Citra Perusahaan. Pengujian data test regresi linear sederhana akan dianalisis dengan menggunakan bantuan program statistik SPSS 17.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

Secara defakto Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) telah ada sejak bulan Februari 2004, meskipun pada waktu itu namanya belum koperasi melainkan Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Ini ditandai dengan mulainya kegiatan pembiayaan pada pedagang-pedagang kecil yang ada di pasar tradisional Way Halim Bandar Lampung.

Pada mulanya Lembaga ini mendapat pinjaman dana dari Majelis Ekonomi (ME) Muhammadiyah Wilayah Lampung sebesar Rp. 2.000.000,- (Dua Juta Rupiah). Dengan dana itulah LKS menjalankan fungsinya sebagai lembaga Keuangan yang bergerak dalam bidang Jasa Keuangan khususnya pembiayaan usaha yang berpola syari'ah (Bagi Hasil).

Melihat respon masyarakat yang cukup bagus atas kehadiran LKS, kemudian ME Muhammadiyah wilayah lampung menambah investasinya sebesar Rp.5.000.000,00 (lima juta rupiah), menjadi Rp.7.000.000,00 (tujuh juta rupiah) di bulan ketiga, sehingga LKS dapat memberikan pinjaman lebih banyak kepada pedagang. Setelah berjalan 6 bulan, mulai ada pihak lain yang tertarik menginvestasikan dana pada LKS. Meskipun investasinya tidak banyak, namun kami jadikan dukungan moral untuk

mengembangkan LKS agar menjadi lembaga keuangan yang lebih besar. Pada bulan Mei 2005, ME Muhammadiyah Wilayah Lampung sebagai pemrakasa berdirinya LKS ini mengundang beberapa orang anggota perikatan Muhammadiyah untuk diajak mengembangkan LKS agar ruang lingkup kerjanya lebih luas dan memiliki payung hukum dalam beraktifitas. Setelah beberapa tahapan pada bulan Agustus 2005 terbentuk Koperasi Syariah dengan nama BTM BiMU dengan badan hukum 04/BH/DKPM/XX2005 Koperasi ini bergerak dengan menggunakan pola syariah.¹

2. Visi dan Misi BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

BTM BiMU mempunyai peran dan tujuan sebagai suatu lembaga keuangan syariah tentunya tidak terlepas dari visi dan misi. Adapun visi dan misi BTM BiMU adalah:

a. Visi:

Menjadi Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) BiMU terbesar di Lampung.

b. Misi:

- 1) Menciptakan peluang usaha bagi masyarakat.
- 2) Menciptakan sumber daya yang visioner, prospektif dan produktif.

¹Dokumentasi Sejarah KSPPS Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung, dicatat tanggal 6 November 2018 pukul 09.00.

- 3) Memberikan solusi bagi masyarakat khususnya bagi anggota agar terhindar dari praktek riba.²

3. Tujuan dan Analisis Pembiayaan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

Pembiayaan yang diberikan Baitut Tamwil Muhammadiyah kepada pengusaha mikro diberikan dalam rangka untuk:³

- a. Upaya memaksimalkan laba. Setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu tercapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan risiko. Usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi. Sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian,

²Dokumentasi Visi-Misi KSPPS Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung, dicatat tanggal 6 November 2018 pukul 09.00.

³Dokumentasi, KSPPS Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung, dicatat tanggal 6 November 2018.

pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber daya ekonomi.

- d. Penyaluran kelebihan dana. Dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

4. Lokasi BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

Kantor Pusat Jl. Pulau Tegal No. 17, Sukarame – Bandar Lampung.
Kantor kas Way Halim Jl. Gn Rajabasa Raya, Perumnas Way halim. Kode Pos 35131. Telepon (0721) 702466 / 8011229 (Setiap hari jam kerja).
Email cs@btmlampung.co.id⁴

5. Struktur Organisasi BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

Ketua Pengawas	: H. Fahrudin Al Abidin, S.H
Anggota	: H. Habiburrahman, M.M
	: H. Sudarman, M.Ag
Ketua DPS	: Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag
Anggota	: Nurvaif S.Chaniago
Ketua Pengurus	: H. Jamhari Hadipurwanta, M.P
Direktur Utama	: Elly Kasim, S.E., Akt

⁴Dokumentasi, KSPPS Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung, dicatat 6 November 2018.

Manager HRD	: Ahsanal Huda, S.P
Wakil Sekretaris	: Yuke Derly
Bendahara	: Hj. Martini Sutyowati
Pengelola	
General Manager	: Elly Kasim, S.E., Akt
Manager pemasaran dan legal	: Sumarna
Manager Keuangan dan Operasional	: Hj. Martini Sutyowati
Manager Cabang	: Miftahuddin
	: Dedi Iskandar
Customer Service	: Dian Anggraini
	: Hizwantini
Teller	: Jami Astuti
	: Nani Fitri Jayanti
	: Desi Yanti.

B. Hasil Penelitian

1. Data Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil wawancara dan kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden yang telah ditetapkan maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	38	25%
	Perempuan	50	75%
	Total	100	100%
Usia	30-40	48	48%
	40-50	14	14%
	>50	28	28%
	Total	100	100%
Pekerjaan	PNS	25	25%
	Karyawan	45	45%
	Wiraswasta	10	10%
	Lain-Lain	10	10%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan table 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin anggota yang mendapat atau merasakan program ISR yang dilakukan oleh BTM BiMU Cabang Bandar Lampung yang ditetapkan sebagai responden. Jenis kelamin responden penerima program ISR yang dilakukan BTM BiMU Cabang Bandar Lampung hampir seimbang antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki berjumlah 38 orang, sedangkan wanita

sebanyak 50 orang. Berdasarkan tingkatan usia, dapat diketahui bahwa jumlah responden berusia < 30 tahun sebanyak 17 orang, 30-40 tahun sebanyak 38 orang, dan usia > 40 tahun sebanyak 32 orang. Berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 28 orang, PNS sebanyak 20 orang, Pedagang sebanyak 30 orang dan Lain-Lain sebanyak 10 Orang.

2. Hasil Analisa Data

Penulis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas yaitu untuk mengetahui kemampuan suatu kuisioner sehingga dapat benar-benar mengukur apa yang hendak diukur, uji reliabilitas digunakan untuk menentukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, uji normalitas untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak, Analisi regresi linear sederhana untuk mengukur kekuatan hubungan antara kedua variabel dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan uji T untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh penulis.

a. Uji Validitas

Adapun hasil uji menggunakan aplikasi SPSS 17 yang kemudian diperoleh hasil dari masing-masing pernyataan yang digunakan untuk

mengukur variabel Citra Perusahaan dan program *Islamic Social Reporting* (ISR).

Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah *bivariate person* (produk momen pearson) dengan taraf signifikan 0,05 dilakukan dengan mengkolerasi skor dari masing-masing item dengan skor totalnya. Nilai kolerasi (r hitung) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai kolerasi pada tabel (r tabel). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel valid.

Berdasarkan perhitungan dalam penelitian ini, r_{tabel} dihitung dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dan jumlah data $N = 88$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2096 berdasarkan uji tersebut dapat dilihat hasil dari uji validitas dari kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan dan ISR

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Citra Perusahaan(Y)	P1	0,597	0,2096	Valid
	P2	0,580	0,2096	Valid
	P3	0,580	0,2096	Valid
	P4	0,580	0,2096	Valid
	P5	0,776	0,2096	Valid
	P6	0,776	0,2096	Valid
	P7	0,546	0,2096	Valid
	P8	0,776	0,2096	Valid
	P9	0,776	0,2096	Valid
	P10	0,546	0,2096	Valid

	P11	0,776	0,2096	Valid
	P12	0,776	0,2096	Valid
	P13	0,776	0,2096	Valid
ISR(X)	P1	0,857	P11	0,864
	P2	0,864	P12	0,857
	P3	0,857	P13	0,857
	P4	0,864	P14	0,857
	P5	0,864	P15	0,450
	P6	0,857	P16	0,830
	P7	0,864	P17	0,450
	P8	0,857	P18	0,450
	P9	0,857	P19	0,450
	P10	0,857	P20	0,450
	P21	0,450	0,2096	Valid
	P22	0,450	0,2096	Valid
	P23	0,450	0,2096	Valid
	P24	0,830	0,2096	Valid
	P25	0,830	0,2096	Valid
	P26	0,830	0,2096	Valid
	P27	0,887	0,2096	Valid
	P27	0,830	0,2096	Valid
	P29	0,450	0,2096	Valid
	P30	0,450	0,2096	Valid

Sumber : Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, hasil uji pengolahan data uji validitas diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing butir pernyataan dalam kuisioner untuk setiap variabel dapat dinyatakan valid. Berdasarkan tabel 4.2 di atas, hasil uji pengolahan data uji validitas diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing butir pernyataan dalam kuisioner untuk setiap variabel dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuisioner penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*, perhitungan tingkat *alpha* dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17. Adapun perhitungan hasil uji reliabilitas yang dilakukan penulis terhadap instrument penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
ISR	0,793	Reliabel
Citra Perusahaan	0,793	Reliabel

Sumber : Data diolah 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan hasil perhitungan *Cronbach alpha* variabel X sebesar 0,793 dan variabel Y sebesar 0,793 > 0,60 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan baik dari variabel dependen (X) maupun variabel independen (Y) adalah reliabel atau dapat dipercaya.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik apabila mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau normal sama sekali. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika signifikansinya $>$ dari 0,05 maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansinya $<$ 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,567 > 0,05$ (ISR) dan $0,578 > 0,05$ (Citra Perusahaan), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4. Alat Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan untuk mengolah dan membahas data yang telah diperoleh dari responden. Analisis regresi linear sederhana digunakan oleh peneliti karena penelitian ini dimaksudkan untuk menguji

sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Citra Perusahaan)

X = Variabel independen (*Islamic Social Reporting*)

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

Hasil analisis sederhana dapat dilihat dari hasil persamaan regresi yang diperoleh dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,192 + 0,388X$$

Berdasarkan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,192 mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel ISR adalah sebesar 5,192.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,388 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai ISR, maka nilai Citra Perusahaan bertambah sebesar 0,316. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *R Square* berkisar 0 sampai 1, dengan keterangan semakin tinggi R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, adapun hasil pengujian determinasi adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil angka *R Square* sebesar 0,829. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu program ISR terhadap variabel dependen yaitu Citra Perusahaan sebesar 83%. Atau variasi bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 83% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya (100% - 83%) yaitu 17% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c. Uji t Parsial

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan kemudian ditentukan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t tabel dengan tingkat signifikansi 5% ; $2 = 0,025$ (uji dua sisi) dan derajat kebebasan (df) = $n - k$ atau $n - 1 - 1 = 87$, dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel 0,197983 sebesar. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada Program ISR terhadap Citra Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung untuk variabel ISR sebesar 20,577 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $20,577 > 1,987983$ maka H_a diterima, sehingga variabel ISR secara statistik dengan ($\alpha = 5\%$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$).

C. Pembahasan

1. Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR)) terhadap citra perusahaan yang dilakukan pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung.

Program ISR yang dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung didasarkan pada dasar hukum yang mengatur mengenai pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan diantaranya adalah Undang- Undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah RI Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal , dan Peraturan Pemerintah Daerah Provinsi Lampung Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dalam upaya

untuk meningkatkan manfaat CSR/TJSL bagi masyarakat dan lingkungan, PT. Pertamina Geothermal Energy Area Ulubelu menyusun perencanaan program strategis Program *Community Development* diantaranya dari segi kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan.

Disebutkan pula bahwa tujuan kegiatan csr melangkah pada adanya *image/citra* perusahaan yang positif sehingga tercipta kerjasama yang harmonis di antara kedua belah pihak baik itu dari publik terhadap organisasi maupun dari organisasi terhadap publiknya sehingga dari hal tersebut diharapkan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat tercapai. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa program csr memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, tidak terkecuali dalam dunia Koperasi Syariah, salah satunya di BTM Bina Masyarakat Utama.

Program ISR BTM Bina Masyarakat Utama

Aspek	Program	Sasaran
Sosial	Kesehatan : Peningkatan Sarana Posyandu	Masyarakat Kelurahan Korpri Raya, Sukarame
Ekonomi	Ekonomi : Budidaya Ikan Tawar	Masyarakat Kelurahan Korpri Raya, Sukarame
Lingkungan	Lingkungan : Pembibitan Pohon	Masyarakat Kelurahan Korpri Raya, Sukarame

Sumber : BTM Bina Masyarakat Utama

BTM Bina Masyarakat Utama merupakan Koperasi Syariah yang cukup besar di daerah Bandar Lampung. Agar BTM Bina Masyarakat Utama ini dapat beroperasi dan berjalan sesuai dengan capaian-capaian

yang telah dibuat, tentunya bukan hanya tanggung jawab pimpinan, melainkan juga merupakan tanggung jawab staf dan karyawan untuk mencapai kesuksesan sebagaimana yang diinginkan oleh perusahaan. Maka dari itu produktifitas kerja karyawan dan komunikasi yang efektif pada manajemen, serta mampu membangun citra positif BTM Bina Masyarakat Utama sangat besar pengaruhnya terhadap kemajuan dan eksistensinya.

Program ISR bidang kesehatan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yaitu program pemberian sarana dan prasarana yang menunjang peningkatan kesehatan masyarakat. Tujuan dari program ISR bidang kesehatan adalah untuk memberikan fasilitas penunjang kesehatan bagi masyarakat yang kurang memadai, seperti penyediaan sarana air bersih, *green school* dan penyediaan sarana posyandu sehingga dapat menunjang peningkatan kesehatan masyarakat yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Program ISR bidang ekonomi BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yaitu program pemberian modal, pelatihan, dan pendampingan bagi masyarakat, program ISR bidang ekonomi BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung terbagi menjadi tiga program, yaitu program budidaya perikanan air tawar, program pengembangan usaha roti rasa kopi dari tepung singkong dan program budidaya kambing saburai.

Sealin itu program ISR BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung Lainnya ialah Program ISR bidang lingkungan yang dilakukan melalui pelestarian alam dan penanggulangan bencana melalui pembibitan (penanaman pohon) yang dilakukan di disekitar BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung berpengaruh terhadap peningkatan citra perusahaan, artinya bahwa semakin baik pengelolaan dan penerapan program iSR akan semakin baik pengaruh yang diberikan untuk peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung. Pada operasionalisasi konsep penelitian, yang dikutip sebelumnya di variabel peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memiliki indikator *the current image* (citra masih hangat), citra yang dimaksud dalam hal ini yaitu kepercayaan masyarakat kepada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung dalam mengimplemntasikan iSR yang tidak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan *the wish image* (citra yang diinginkan), citra yang diharapkan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung dalam mengimplementasikan ISR yaitu penerimaan dan kepercayaan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *the current image* (citra masih hangat) yang dimiliki oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung

kini berubah menjadi *the wish image* (citra yang diinginkan) setelah terbentuknya forum Desa atau Kelurahan dalam mengimplementasikan ISR.

Maka yang terjadi atas hipotesis semula di atas yaitu H_1 diterima yang berarti ada pengaruh antara implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, dari hasil regresi melalui SPSS versi 17,0 for windows dapat dilihat besarnya pengaruh antara implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung adalah sebesar 83% sedangkan 17% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR).

Menurut Butterick manfaat bisnis dari mengadopsi program ISR, di antaranya : (1) Reputasi meningkat, (2) Nilai pemegang saham bertambah dan (3) Para karyawan termotivasi dan bahagia. Dowling dalam Butterick mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai “hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Dari uraian di atas menunjukkan adanya pengaruh antara program CSR dengan peningkatan citra perusahaan

Berdasarkan keterangan hasil *R Square* sebesar 83%, hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu program ISR terhadap variabel dependen peningkatan citra

perusahaan sebesar 83% sedangkan sisanya 17% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Setelah mengetahui presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, diketahui bahwa pengaruh variabel independen ISR terhadap variabel dependen peningkatan citra perusahaan ialah termasuk dalam kategori tinggi karena *R Square* berkisar 0,50 – 0,829, hal ini dikarenakan masih banyak pengaruh dari faktor atau indikator lain selain dari bantuan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang menyebabkan masyarakat sejahtera, misalnya kualitas hidup responden yaitu tersedianya rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang, pangan, tersedianya rumah ibadah serta sarana dan prasarana umum lainnya oleh karena itu penelitian ini hanya berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil kuisioner terlihat bahwa masyarakat sudah cukup merasakan manfaat atas program ISR yang telah dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, hal ini terlihat dari jawaban responden dimana untuk pernyataan pertama terkait dengan Program ISR yang ada terkait pengetahuan masyarakat terhadap program ISR pendanaan dan investasi sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung lebih mengutamakan kepuasan dan pelayanan nasabah, sedangkan sisanya menjawab netral. Untuk pernyataan kedua terkait program ISR Produk dan jasa yang disediakan BTM Bina Masyarakat

Utama Cab. Bandar Lampung sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab kegiatan yang dilakukan terbesas dari riba, sedangkan sisanya menjawab netral. Untuk pernyataan ketiga terkait program ISR Karyawan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab karyawan yang ada di BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sudah mendapatkan hak-hak dan pelatihan dengan semestinya, sedangkan sisanya menjawab netral.

Untuk pernyataan keempat terkait program ISR yang berkaitan dengan masyarakat BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab kegiatan yang dilakukan dalam bentuk kemasyarakatan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sudah memperhatikan masyarakat dengan ikut dalam kegiatan yang ada didalamnya, sedangkan sisanya menjawab netral.

Untuk pernyataan kelima terkait program ISR yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang dilakukan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab kegiatan lingkungan yang dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sudah memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya dengan melakukan kegiatann *Go Green* melalui penghijauan dan melakukan penanaman pohon, sedangkan sisanya menjawab netral.

Untuk pernyataan keenam terkait program ISR yang berkaitan dengan tata kelola perusahaan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebagian besar masyarakat sebanyak 80% masyarakat menjawab tata kelola yang dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sudah melakukan dengan semestinya dan sesuai dengan standar yang ada, sedangkan sisanya menjawab netral.

Berdasarkan hasil kuisioner terlihat bahwa masyarakat sudah cukup merasakan manfaat atas keberadaan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung dan program ISR yang telah dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, hal ini terlihat dari jawaban responden terkait dengan Citra Perusahaan dimana untuk pernyataan pertama mengenai Kepercayaan terhadap BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung. Sebagian besar masyarakat sebanyak 85% masyarakat menjawab mengetahui BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat, dan perusahaan yang memiliki tata kelola dengan baik, sedangkan sisanya menjawab netral.

Untuk pernyataan Kedua terkait dengan Citra Perusahaan yang ada terkait Realitas terhadap BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung. Sebagian besar masyarakat sebanyak 85% masyarakat menjawab BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan pekerja yang ada dikenal

dengan disiplin, kerja keras dan berdedikasi tinggi, sedangkan sisanya menjawab netral.

Untuk pernyataan Ketiga terkait dengan Citra Perusahaan yang ada terkait Kesadaran terhadap BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung. Sebagian besar masyarakat sebanyak 85% masyarakat menjawab BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang memiliki komunikasi yang baik dengan masyarakat dan memperhatikan nasabahnya, sedangkan sisanya menjawab netral.

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai Program ISR dan Citra Perusahaan dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya program ISR yang berjalan dengan baik maka akan meningkatkan citra positif dari perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa program ISR yang telah dijalankan sudah berjalan dengan baik dan masyarakat semakin mengenal BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebagai perusahaan dengan citra yang baik.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap peningkatan citra PT Semen Tonasa berdasarkan hasil responden 99 orang pada masyarakat Desa Biring Ere dan Kelurahan Bontoa. Manfaat yang didapatkan oleh pihak PT Semen Tonasa dari program CSR yaitu memberikan pengaruh peningkatan citra atau respon positif masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pihak CSR dan PKBL telah menjalin

hubungan yang baik dengan publik eksternalnya melalui program-program yang di rencanakan seperti yang disebutkan oleh Menurut Suhandang bahwa orang-orang atau penduduk yang tinggal di sekitar daerah dimana perusahaan, organisasi, badan atau instansi itu berada yang merupakan publik eksternal yang menjalin hubungan baik.

2. Perspektif Ekonomi Islam terhadap Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan BTM Bina Masyarakat

Islam sangat mendukung *Islamic Social Reporting* (ISR) karena tidak dapat dipungkiri bisnis dapat menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan masalah tersebut. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam demi kelanjutan usahanya, sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibanya terpisah dari pemiliknya, dengan adanya ISR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.

Masyarakat dunia kini mempunyai kesadaran yang semakin tinggi terhadap pentingnya bisnis berbasis kemanusiaan, tidak sedikit perusahaan yang menjadikan ISR sebagai *core* bisnisnya. ISR adalah kegiatan yang merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Pelaksanaan *Islamic Social Reporting* (ISR) dalam perspektif ekonomi islam merupakan tujuan dari syariat islam (*Maqasshid al syariah*) atau masalah karena bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah,

bukan sekedar mencari keuntungan. Hal ini sesuai dengan prinsip *Islamic Social Reporting* (ISR) yakni konsep “*triple bottom line*” yang terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet*. *Profit* yaitu laba yang diperoleh suatu perusahaan, kemudian *people* yaitu kesejahteraan masyarakat dan *planet* adalah lingkungan hidup.

Program *Islamic Social Reporting* (ISR) yang diimplementasikan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ialah dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan melalui program ISR bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan untuk meningkatkan citra perusahaan merupakan bentuk dari salah satu prinsip ekonomi islam yaitu keseimbangan. Menurut syed Nawad Naqvi *Equilibrium* atau keseimbangan dalam Sistem tanggung jawab sosial, dapat dilakukan sesuai peran dan fungsi setiap pihak, proses dan seluruh misi yang diemban dilakukan dengan cara - cara yang seimbang bagi keseluruhan pihak yang mesti diberikan kontribusi hak sebagai masyarakat dan kewajiban yang sepadan sebagai pelaku usaha.

ISR dalam ekonomi Islam sendiri merupakan implikasi dari konsep distribusi dalam sistem ekonomi Islam, dimana kebijakan distribusi yang diajarkan Islam sangat berkaitan dengan harta agar tidak menumpuk pada golongan tertentu di masyarakat. Serta mendorong terciptanya keadilan distribusi, sehingga pemerintah dituntut untuk tidak berpihak kepada satu

kelompok atau golongan tertentu, agar proses distribusi dapat berjalan dengan adil.⁵

Menciptakan distribusi yang adil merupakan salah satu sarana untuk mewujudkan keadilan ekonomi. Islam menghendaki kesamaan pada setiap orang dalam memperoleh peluang mendapatkan harta kekayaan tanpa memandang perbedaan kasta, maupun warna kulit. Semua orang dapat memperoleh harta dengan bebas berdasarkan kemampuan usaha mereka meskipun dalam jumlah yang berbeda-beda. Dari perolehan harta yang berbeda-beda tersebut, bagi mereka yang lebih beruntung dikenakan kewajiban untuk mengeluarkan sebagian harta mereka bagi saudara-saudaranya yang kurang beruntung sehingga redistribusi kekayaan dapat berjalan, serta akan menciptakan pemerataan pendapatan di masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut islam telah menjelaskan dalam ayat Al- Quran, seperti yang terdapat di surat Al - Hasyr ayat 59 : 7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ
وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ

⁵ Ruslan Abdul Ghofur Noor, “Kebijakan Distribusi Ekonomi Islam dalam Membangun Keadilan Ekonomi Indonesia”, Jurnal Studi Keislaman : ISLAMICA, Vol. 6, No. 2, Maret 2012, h. 323.

Artinya : “*Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya*”.

Melalui program ISR yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau entitas dapat mendorong terpenuhinya kebutuhan masyarakat yang dampak pada tercapainya *masalah* (kesejahteraan). Adapun kebutuhan masyarakat yang dimaksud ialah terdiri dari kebutuhan dasar/primer (*daruri*), sekunder (*the need/haji*), maupun tersier (*the commendable/tahsini*).

Dalam pandangan ekonomi Islam harta yang berasal dari rampasan harus didistribusikan dengan baik sehingga harta tersebut tidak hanya berputar pada orang - orang kaya saja, maksudnya sebuah perusahaan yang dalam hal ini BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, dalam hal implementasi ISR harus memastikan pendistribusiannya karena dana ISR yang diambil ialah berasal dari harta atau keuntungan perusahaan yang diperuntukan kepada masyarakat sekitar agar bantuan dapat benar – benar terbagi dan direalisasikan secara adil dan merata sesuai dengan Undang - Undang yang berlaku agar lebih bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar sehingga

terciptanya kemaslahatan umat serta distribusi kesejahteraan yang berkeadilan.

Keadilan ialah tindakan seimbang tidak berat sebelah atau tidak memihak pada salah satu pihak saja. Pengertian lain dari keadilan erat sekali hubungannya dengan ajaran persamaan dan perbedaan di sisi lain. Hal yang demikian itu karena dalam pandangan Islam perbedaan sesama manusia adalah suatu hal yang alami, juga sekaligus mengandung banyak manfaat, sekalipun demikian, manusia tergolong dalam umat yang satu. Agama berfungsi sebagai mengingatkan akan kesamaannya, sebagai landasan persahabatan, persaudaraan dan tolong menolong dalam mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh masyarakat, maksudnya adalah perbedaan kekayaan pada setiap manusia itu dianggap hal yang wajar oleh sebab itu perlu adanya persamaan yaitu dengan adanya distribusi kekayaan yang merata bagi setiap manusia yang membutuhkan atas dasar rasa persaudaraan karena dalam prinsip ekonomi Islam berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan Allah kepada manusia, Islam juga mengakui kepemilikan pribadi dalam batas - batas tertentu kemudian Ekonomi Islam menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja serta menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan orang banyak.

Dengan begitu dalam pandangan Ekonomi Islam pada dasarnya *Islamic Social Reporting* (ISR) ialah merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat secara etis tanpa

mengabaikan batasan - batasan yang diterapkan dalam ekonomi islam pada lingkungan sekitar karena tidak dapat di pungkiri bahwa setiap bisnis seringkali menimbulkan banyak permasalahan dan perusahaan berkewajiban untuk bertanggung jawab guna menjaga keseimbangan dan kesejahteraan masyarakat demi terciptanya kemaslahatan umat, dengan cara memasukan prinsip atau norma ketuhanan, keadilan, keseimbangan, kebebasan, serta bertanggung jawab terhadap aturan yang berlaku, baik kepada Negara, agama dan masyarakat. Sehingga, dengan implementasi *Islamic Social Reporting (ISR)* yang baik maka masyarakat atau konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan hal - hal yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat yang akan berdampak pada bisnis perusahaan dengan meningkatnya citra atau *corporate image* serta mempekuat *brand image* perusahaan dimata masyarakat agar terciptanya bisnis perusahaan yang sehat dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syaniatul Wida (2017) dengan judul Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam PT. Telkom Bandar Lampung, yang menunjukkan bahwa terjadi adanya pengaruh positif dan signifikan antara adanya implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat pada PT. Telkom Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

program CSR yang dilakukan PT. Telkom Bandar Lampung Sudah sesuai dengan pelaksanaan CSR yang berlandaskan pada pandangan Ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis terhadap implementasi program *Islamic Social Reporting* (ISR) BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung menunjukkan hasil temuan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji validitas, reliabilitas, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi yang dilakukan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, bahwa variabel independen yaitu program ISR berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan. artinya bahwa semakin baik pengelolaan dan penerapan program iSR akan semakin baik pengaruh yang diberikan untuk peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung.
2. Dalam perspektif ekonomi Islam, program *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dilakukan oleh BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sudah dapat meningkatkan Citra Perusahaan, hal ini dapat dilihat dari keterkaitan program ISR BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung pemenuhan kebutuhan dasar (*dharuriyah*) dalam Islam yaitu terdiri dari *khifdu din*/menjaga agama dilakukan melalui program ISR berupa bantuan sarana dan prasarana ibadah, dengan begitu masyarakat dapat melakukan ibadah secara nyaman, intelektual atau akal (*aql*) yang didapat dari bantuan peduli pendidikan melalui pelatihan - pelatihan untuk

mencerdaskan anak bangsa, serta pengadaan air bersih, pemberian bantuan sarana dan prasarana kesehatan untuk memelihara jiwa atau kesehatan setiap individu (*nafs*) serta keturunan (*nasb*), serta bantuan program ekonomi pemberdayaan masyarakat merupakan pemeliharaan terhadap harta (*mal*). sehingga sesuai dengan prinsip - prinsip ekonomi islam yaitu prinsip keseimbangan dan tanggung jawab dalam berbisnis, akan tetapi dalam Implementasi pendistribusiannya belum sepenuhnya adil hal ini terlihat dari penyaluran dana ISR yang kurang merata, hal tersebut belum sesuai seperti yang diajarkan dalam ekonomi islam tentang distribusi kekayaan yang berkeadilan dalam berekonomi yang seharusnya dilakukan secara adil dan merata agar terciptanya kemaslahatan umat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini yang mengenai pengaruh implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung, maka peneliti mencoba mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian pengaruh implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap peningkatan citra BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung sebesar 83% yang dikategorikan masih rendah, perlunya perhatian tata kelola implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) agar lebih meningkatkan pengaruh terhadap peningkatan citra perusahaan, dengan memperhatikan tata kelola dalam menerapkan program ISR, melibatkan

masyarakat umum dalam rapat kerja program ISR, menginformasikan secara luas program ISR yang di jalankan dan tidak adanya terjadi hubungan emosional dalam menjalankan program.

2. Pada program ISR diharapkan adanya pemerataan terhadap Kampung ke Kampung dalam satu Desa atau pemerataan penerima bantuan ISR dan lebih meningkatkan produktivitas bantuan yang diberikan ke masyarakat.
3. Pada program bantuan BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung dalam bidang kesehatan, disarankan agar dalam program pengobatan gratis di alihkan menjadi bentuk asuransi kesehatan, agar ketika masyarakat sakit dapat berobat di Rumah Sakit dan mendapatkan potongan biaya.
4. Dengan adanya perbaikan baik dari Implementasi *Islamic Social Reporting* (ISR) maupun menghadapi persaingan yang semakin meningkat di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anilda, Reski. 2010. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. Semen Bosowa Maros. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Febrianty, Medina. 2006. Analisis Hubungan Stakeholders dengan Tangung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Akuntansi Sosial (Studi Empiris Pada Industri Sedang dan Besar di Kota Makassar).
- Harnang, Haryati. 2010. Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT.INCO.TBK Dalam Kerangka Akuntansi Sosial. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Hasyim, dan Rina Anindita. 2009. Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran. Jakarta: UIEU-University Press.
- Henriques, dan Sadorsky. 1999. The Relationship Between Environmental Commitment and Managerial Perception of Stakeholder Importance. Academy of Management Journal, Vol. 42, No. 1, p. 87-89.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Indarwati. 2007. Hubungan Antara Corporate Social Responsibility ‘‘ Surabaya Green & Clean 2006’’ Yang Dilakukan PT Unilever Indonesia Tbk Dengan Citra Perusahaan. Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Irianto, Agus. 2004. Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kartini, Dwi. 2009. Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesi. Bandung: Refika Aditama.
- Limoa, Reni. 2010. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Sermani Steel Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Masse, Ambo. 2007. Analisis Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Keterkaitannya dengan Akuntansi Sosial Pada Semen Bosowa Maros.Makassar: Universitas Hasanuddin
- May, Steve, George Cheney dan Juliet Roper. 2007. The Debate Over Corporate Social Responsibility. First Edition. New York: Oxford University Pres.

- Moore, Frazier. 2004. Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi. Bandung: Rosdakarya
- Podnar, Klement and Golob Ursa. 2007. CSR Expectations: The Focus of Corporate Marketing Corporate Communications. An International Journal Vol. 12 No. 4.
- Pohan, Ferina Zulyana. 2008. Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Program CSR ‘‘Satu Untuk Sepuluh ‘’ Terhadap Citra Aqua di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Primadini, Intan. 2008. Pengaruh persepsi khalayak mengenai informasi pelaksanaan Corporate Social Responsibility terhadap pembentukan citra merek melalui advertorial (studi pada advertorial Lifebuoy Berbagi Sehat di Harian Kompas). Jakarta : Universitas Indonesia
- Priyatno, Duwi. 2008. Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta: Mediakom
- Rahman, Reza. 2009. Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2004. Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: Grasindo.
- Savage, G. T., Nix, T. W., Whitehead, C. J., and Blair, J. D. 1991. Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders. Academy of Management Executive, Vol 5No. 2, 61–75.
- Sharma S., Sharma J. and Devi A .2009. Corporate Social Responsibility: The Key Role of Human Resource Management. Business Intelligence Journal Vol.2 No 1.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Solihin, Ismail. 2009. Corporate Social Responsibility : from Charity to Sustainability. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugyono. 2004. Statistik Non Parametrik. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, Siswanto. 2004. Membangun Citra Perusahaan. Jakarta : Damar Mulia Pustaka.
- Tan, Gilbert and Komaran Raj. 2006. Perceptions of Corporate Social Responsibility:An empirical study in Singapore.

Untung, Budi H. 2008. Corporate Social Responsibility. Jakarta: Sinar Grafika.

Dari situs internet:

<http://www.centerforsustainability.org/images//direct>

www.pt-inco.co.id

<http://www.digilibpetra.com>

<http://www.bookoopedia.com>

<http://www.wikipedia.com>

LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Saudara/i Responden

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) yang akan dilaksanakan oleh penulis dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Kurnia Sandy

NPM : 1451020223

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah, UIN Raden Intan Lampung

Dengan ini mengharapkan bantuan kepada responden untuk mengisi pernyataan yang telah penulis uraikan. Adapun penelitian ini berjudul Pengaruh Program *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung).

Data yang diperoleh dari responden hanya untuk tujuan penelitian semata, dan tidak ada konsekuensi terhadap diri dan pribadi responden. Atas partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Usia :

4. Pekerjaan :

5. Alamat :

Sebelum mengisi angket, Apakah saudara/i mengetahui program ISR yang dilakukan oleh Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ?

1. Sudah 2. Belum

Kemudia bacalah dengan seksama tiap butir pertanyaan, selanjutnya tentukan pilihan anda dengan memberikan tanda (X) sesuai dengan keadaan dan program ISR yang anda rasakan secara jujur, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

Jawaban	Keterangan	BOBOT
SB/SS	Sangat Bermanfaat/Sangat Setuju/Sangat Sesuai	5
B/S	Bermanfaat/Setuju/Sesuai	4
N/RG	Netral/Ragu-ragu	3
TB/TS	Tidak Bermanfaat/Tidak Setuju/Tidak Sesuai	2
STB/STS	Sangat Tidak Bermanfaat/Sangat Tidak Setuju /Sangat Tidak Sesuai	1

Kuisisioner ISR

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
	Pendanaan dan Investasi					
P1	Aktivitas Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung terbebas dari Riba					
P2	Aktivitas Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung terbebas dari Gharar					
P3	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan penyaluran Zakat					
P4	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan kebijakan dalam mengatasi keterlambatan pembayaran nasabah					
	Produk dan Jasa					
P5	Produk Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung berstatus halal dan syariah					
P6	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung selalu mengembangkan produk					
P7	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung terus meningkatkan pelayanan kepada nasabah					
P8	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung terbebas menanggapi keluhan nasabah karena ketidakpastian terhadap peraturan yang berlaku					
	Karyawan					
P9	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memberikan gaji selalu tepat waktu					
P10	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan program pendidikan dan pelatihan kepada karyawan					
P11	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memberikan kesempatan yang sama kepada setiap karyawan					
P12	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memperhatikan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan					
P13	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung membangun lingkungan kerja yang nyaman dan aman					
P14	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan perekrutan khusus terhadap karyawan baru					

	Masyarakat					
P15	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan Shadaqah/Donasi kepada masyarakat sekitar					
P16	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memberikan Wakaf kepada masyarakat sekitar					
P17	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memberikan sumbangan dari karyawan atau nasabah kepada masyarakat sekitar					
P18	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memberikan bantuan kesehatan kepada masyarakat sekitar					
P19	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan pemberdayaan ekonomi kepada masyarakat sekitar					
P20	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung menyantuni anak yatim piatu					
P21	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ikut andil dalam pembangunan atau renovasi masjid sekitar					
P22	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ikut aktif dalam kegiatan kepemudaan masyarakat sekitar					
	Lingkungan Hidup					
P23	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan kampanye <i>Go Green</i>					
P24	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ikut serta dalam konservasi lingkungan					
P25	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung ikut serta dalam perbaikan dan pembuatan sarana umum					
P26	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan audit lingkungan					
	Tata Kelola Perusahaan					
P27	Profil, Strategi dan Struktur Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung berjalan dengan baik					
P28	Dewan Komisaris dan Direksi Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya					
P29	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melaksanakan prinsip syariah dalam					

	penghimpunan dan penyaluran dana serta pelayanan jasa					
P30	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung melakukan Transaparansi kondisi keuangan dan non keuangan					

Saran/kendala terhadap implementasi ISR yang telah dilakukan oleh Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang berkaitan dengan ISR :

- 1.
- 2.
- 3.

Kuisisioner Citra Perusahaan

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
	Kepercayaan					
P1	Anda mengetahui tentang keberadaan Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung					
P2	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung merupakan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat					
P3	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung merupakan perusahaan dengan tata kelola yang baik					
P4	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung menjalin hubungan baik dengan nasabah					
P5	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar					
	Realitas					
P6	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung memiliki kepedulian Terhadap lingkungan					
P7	Pekerja di Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung dikenal disiplin, kerja keras, dan berdedikasi tinggi.					
	Kesadaran					
P8	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitar.					
P9	Btm Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung merupakan perusahaan yang memperhatikan nasabahnya					
	Kerjasama					
P10	Bila ada kegiatan Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang berhubungan dengan masyarakat/sosial, anda akan mendukungnya.					
P11	Bila ada kegiatan Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang berhubungan dengan lingkungan alam, anda akan mendukungnya					
P12	Bila ada kegiatan P Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang berhubungan dengan peningkatan keterampilan masyarakat, anda akan mendukungnya.					

P13	Bila ada kegiatan Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung yang berhubungan dengan peningkatan ekonomi masyarakat, anda akan Mendukungnya					
-----	--	--	--	--	--	--

Saran/kendala terhadap implementasi ISR yang telah dilakukan oleh Btm Bina Masyarakat Utama Bandar Lampung yang berkaitan dengan Citra Perusahaan :

- 1.
- 2.
- 3.

Hasil SPSS

a. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	2

b. Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	2

c. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	ISR	CITRA PERUSAHAAN
N	88	88
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	114.78
	Std. Deviation	20.454
Most Extreme Differences	Absolute	.237
	Positive	.126
	Negative	-.237
Kolmogorov-Smirnov Z	2.223	2.343
Asymp. Sig. (2-tailed)	.567	.578

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

d. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.192	2.200		2.360	.021
ISR	.388	.019	.912	20.577	.000

a. Dependent Variable: CITRA PERUSAHAAN

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.192	2.200		2.360	.021
ISR	.388	.019	.912	20.577	.000

a. Dependent Variable: CITRA PERUSAHAAN

f. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.831	.829	3.600

a. Predictors: (Constant), ISR

HASIL KUESIONER

No	ISR																														Total	Citra Perusahaan														Total	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13			
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52			
2	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	140	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	62	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	125	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	54	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52		
6	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	116	4	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	54
7	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	136	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	60
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	70	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	33	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	110	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	53
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	100	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	38	
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	80	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	130	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	51	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	110	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	53
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	140	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	58	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	2	120	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	2	2	2	2	44	
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	70	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	33
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	130	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	59
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	130	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	59
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	80	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	32	
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	110	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	45
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	2	120	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	2	2	2	2	44	
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	80	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	130	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	51	
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	110	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	53	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
32	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	140	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	62
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	125	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	54	

[illegible]

[illegible]